

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЬЦИНА
УРАЛЬСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ
ДЕПАРТАМЕНТ «ФИЛОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ»
КАФЕДРА РУССКОГО ЯЗЫКА, ОБЩЕГО ЯЗЫКОЗНАНИЯ
И РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННЫХ ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Тезисы докладов
Международной научной конференции
(Екатеринбург, 25–26 апреля 2023 года)

Екатеринбург
Издательство Уральского университета
2023

УДК 801.8(063)
ББК Ш1в01я43
А426

Ответственный редактор
Ю. Б. Пикулева

Аксиологические аспекты современных филологических исследований : тез. докл. Международ. науч. конф. (Екатеринбург, 25–26 апр. 2023 г.) / отв. ред. Ю. Б. Пикулева. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2023. – 224 с. – ISBN 978-5-7996-3741-5. – Текст : электронный.
ISBN 978-5-7996-3741-5

В сборник вошли тезисы докладов участников Международной научной конференции «Аксиологические аспекты современных филологических исследований». Авторами освещается широкий круг проблем актуального научного направления, выделены аспекты лингвистического и литературоведческого анализа ценностных составляющих дискурсов и текстов разных типов и жанров.

Издание адресовано специалистам-филологам, преподавателям, аспирантам, студентам высших учебных заведений.

УДК 801.8(063)
ББК Ш1в01я43

СОДЕРЖАНИЕ

Алексеева А. А. Нормативная оценка как зонтичное понятие	9
Амиров В. М. Реализация стратегии геймификации в батальных телеграм-каналах	11
Баженова Е. А., Карпова Т. Б. Продвижение ценностных ориентиров в деятельности органов исполнительной власти (по материалам сайта Минпросвещения России)	13
Бердникова В. А. Функционирование аксиологемы <i>помощь</i> на сайтах православных приходов	15
Берри М. Понятие <i>хрупкое счастье</i> в современной русской и аргентинской литературе	17
Бобырева Е. В. Ценности христианства в эпоху глобализации	20
Бондарева Л. М. Характер экспликации оценочной деятельности речевого субъекта в текстах ретроспективного дискурса	23
Бортников В. П. «По полям, по полям синий трактор едет к нам...»: штрихи к наивно-аксиологическому восприятию примитивного текста ...	25
Ван Лань Конструкции со значением «условие с ценностным измерением» в научных текстах	31
Ван Цзэнвэй Когнитивная метафора <i>деньги – жидкость</i> : семантическое и оценочное варьирование	33
Ван Чжихао Соотношение образов животных китайского гороскопа в китайской и русской лингвокультурах (на примере образа <i>лошади / коня</i>)	35

Васильченко М. А. Аксиологические аспекты продвижения российских косметических брендов	38
Вепрева И. Т. О пополнении словообразовательной парадигмы глагола <i>ценить</i>	40
Волков Н. Д. Лингвостилистические способы выражения духовно-нравственных ценностей в музыкальной медиакритике: рецензии на творчество певца SHAMAN'a	43
Волкова Ю. С. Категории акцентности и оценки в политических телепрограммах	45
Вьюгова Д. В. Описание Хагрида в первой книге о Гарри Поттере: опыт машинного перевода метафор	48
Габова И. Ю. Аксиологический потенциал прецедентных знаков в прозе Николая Верзакова	50
Герман Е. И. Аксиологический аспект исследования религиозных проповедей	52
Голуб А. А. Языковые средства выражения оценки в англоязычном массмедийном дискурсе об образовании	55
Гордеева А. А. Феминитив – это звучит гордо? (Об отношении к гендерно маркированному слову в современной речевой практике)	57
Данилевская Н. В. Оценка в структуре научного диалога	59
Данилов С. Ю. Устойчивое выражение <i>Как дошла до жизни такой</i> в речежанровом аспекте	62
Дегальцева А. В. К вопросу о типологии оценочных наречий образа действия	64
Завельская Д. А. «Рассказ старой балаалайки» Евгения Шварца в аспекте стиля и ценностных акцентов	66

Зырянов О. В.	
Сюжет «Воскрешения с сошествием во ад» в повести Н. С. Лескова «Очарованный странник»	69
Ильина О. В., Бекпазар-Юзбашева В. А.	
Опеночные номинации как средство конструирования реальности в СМИ ...	71
Ицкович Т. В.	
О чем рекомендуется молиться православным (на материале личных канонических молитв)	73
Йегли Хапан	
Ценности арабской лингвокультуры как регулятор межличностных отношений	77
Касперова Л. Т., Смирнова Н. В.	
Опеночность блендов в речи интернет-пользователей	80
Келер А. И.	
Община как ценность в текстах новоапостольских молитв	82
Киселев Е. И.	
Traditional Islām of the Modern Days in the Axiological Perspective	84
Колчин Д. С.	
Формирование образа ЧВК «Вагнер» в публикациях информагентства Ura.ru (2018–2022)	87
Кузнецова Ю. М.	
Об одном способе выявления ценностного отношения в тексте	90
Кун Вэйкань	
Какие они, китайцы? О результатах социолингвистического опроса	92
Кун Дэжу, Кутенева Т. А.	
Лексемы <i>вакцинация</i> и <i>инволюция</i> в русских и китайских интернет-комментариях: аксиологический аспект	94
Купина Н. А.	
К проблеме аксиологического статуса слова в языке и речи	99
Ло Ди, Соболева Е. Г.	
Оценочная аргументация в рекламе вузов России и Китая	102
Мельникова А. В.	
Скороговорка как аксиологема и как переводческая проблема (на материале анимационного сериала «Конь Боджек»)	107
Милёхина Т. А.	
Ценностное содержание популярных молодежных дискурсов	109

Михайлова О. А. Аксиологическая информация в современных словарях русского языка ...	111
Михайлова Ю. Н. Оцночная маркированность в номинациях новых ономастических сфер	113
Мишланов В. А. Русский язык в аспекте коммуникативных ценностей	115
Николина Н. Н. Ценности героя и читателя: проблема восприятия романа Э. Донохью «Комната»	117
Ноздрин Ю. А. Хотя движет текст: текстообразующий потенциал союза	119
Оганесян А. О. Аксиологичность этноязыковых доминант испанской лингвокультуры ...	121
Пашков С. М. Эмотивное пространство библейского текста: аксиологический аспект ...	124
Пикулева Ю. Б. О лестницах и лифтах: оцночная интерпретация метафоры карьеры ...	127
Плотникова А. М. Аксиологическая интерпретация локальной идентичности на основе цифровых данных	132
Потемкина О. А. Эпистолярная интеракция в лингвоаксиологическом аспекте (на материале жалобы пациента и официального ответа на нее)	134
Пращерук Н. В. Визуальная поэтика романа И. А. Бунина «Жизнь Арсеньева»: проблемно-ценностный аспект	137
Прончатова А. В. Перевод титулов в романе С. Д. Маас «Королевство шипов и роз»: лингвоаксиологический аспект	140
Просвирнина И. С., Лян Юань Асимметрия оппозитивов <i>горячий / холодный</i> в русской и китайской лингвокультурах	142
Романенко А. П. Предметность как ценностная характеристика художественного текста (на материале прозы Ф. Искандера)	145

Рыкова В. В.	
Самоирония в русской рок-поэзии: «Белая ворона» группы «Чайф»	147
Рябух А. В.	
Речевая девиация и нивелирование ценностных ориентиров	150
Салимовский В. А., Чудова Н. В.	
Фрустрация в ее эмоционально-оценочных речевых проявлениях (на материале постов в социальных сетях)	153
Санджиг-Гариева З. С.	
Время как ценностная категория в прозе Ю. Трифонова	155
Се Сяопин, Цзя Пэнлин	
Русские таможенные термины как учебный материал для китайских студентов-филологов	157
Северин М. Л.	
<i>Другой</i> как ценность в духовной беседе	159
Северская О. И.	
Аксиология паронимизированных «оговорок» в поэтической и обыденной речи	161
Сибригина П. А.	
Лингвоаксиологическая интерпретация текста песни группы «Валентин Стрыкало» «Бесполезно»	163
Снигирева Т. А.	
«Поверх барьеров»: национальная уникальность – общечеловеческие ценности в трактовке Б. Акунина	166
Соболева Л. С.	
Бесовщина в проповедях XVII в.: образный негатив	168
Соколова А. Ю.	
Аксиология пейзажных описаний в романе Ш. Бронте «Джейн Эйр» и его русскоязычных переводах	171
Ставицкая С. С.	
Активность слов с заимствованным префиксом <i>ре-</i> в медиапространстве маркетинга и сети Интернет	173
Федюкина Е. В.	
Динамика коннотативного поля слова <i>ruski</i> в польском языке	177
Харитонов А. В.	
Ценностная составляющая топонима <i>Екатеринбург</i> (на материале опроса горожан)	179

Харченко А. Е. Метаоператор человек с большой буквы по данным базы «Интегрум»	181
Хафизова Ю. А. Аксиологическая информация в визуальных новеллах	183
Цуй Вэньцзуй Семантика прилагательного <i>интересный</i> по данным современных словарей русского языка	185
Чжан Сяофэй Русские эвфемизмы о пьянстве в аксиологическом аспекте	187
Чжао Цзин Базовые ценности в отражении сетевых китайских медиа (на примере « <i>抖音 Доуинь</i> »)	189
Чусовитина К. Е. Когда поведение робота становится антиценностью? (На материале рассказа Айзека Азимова «Логика»)	191
Шалина И. В. Поздравительный текст в контексте православного и псевдоправославного этикета	193
Шелестюк Е. В. «Правило одного шага»: о повышении стиля при переводе англоязычного сленга на русский язык	198
Ширинкина М. А. Диалог власти и общества в социальных сетях: в поисках нового эталона официального общения	204
Юшкова Н. А. Аксиологический потенциал итогового сочинения по литературе	206
Ян Чжэбин Специфика сельской коронавирусной рекламы в Китае: аксиологический аспект	208
Яо Цзясюй Локусы мусора как понятийная база для создания негативной метафоричности в сфере политики	210
Яргина Д. С. Слово <i>бодипозитив</i> в метаязыковом оценочном измерении	212
Сведения об авторах	215

А. А. Алексеева
НГУ, Новосибирск, Россия

НОРМАТИВНАЯ ОЦЕНКА КАК ЗОНТИЧНОЕ ПОНЯТИЕ

В качестве объекта изучения в нашем исследовании выступает наивный дискурс, под которым мы понимаем тип дискурса, представляющий собой совокупность устных и письменных текстов, созданных людьми, профессиональная деятельность которых не связана с составлением текстов (филологией, журналистикой, PR и т. д.), и / или неспециалистами в тех областях, которые являются предметом описания этих текстов. Наивный дискурс различных типов интересен прежде всего с точки зрения изучения представлений обычных людей о каких-либо фрагментах действительности и об их отношении к этим фрагментам (см.: [Алексеева, Борзенкова, Фомель, с. 61]).

Одно из основных наблюдений при анализе наивного дискурса таково: нормативная оценка является не просто типом оценки наравне с другими, например утилитарной и телеологической (в классификации Н. Д. Арутюновой; см.: [Арутюнова, с. 76]), а зонтичным понятием, включающим как минимум следующие разновидности: собственно нормативные, истинностные, рейтинговые, этические, эстетические, интеллектуальные, диффикультарные, временные, пространственные, секуритарные, композиционные, медицинские. Все они описывают объекты действительности с точки зрения соответствия / несоответствия какой-либо норме, стандартам – эстетическим, композиционным и т. д. Так, фраза *Отель расположен в спокойном безопасном месте* (TripAdvisor.ru) содержит прилагательное, выражающее соответствие нормам безопасности (данный подтип мы назвали секуритарной оценкой, стремясь отделить подобные примеры от слов типа *вредный / полезный*, которые выра-

жают утилитарную оценку, лишь отдаленно похожую на секури-тарную). Вероятно, в процессе расширения эмпирической базы исследования можно будет выявить и другие подтипы нормативной оценки.

Примечательно, что в числе языковых единиц, выражающих собственно нормативную (недифференцированную нормативную) оценку, наряду с такими классическими примерами, как *адекватный*, *неправильный* и т. д., в последние годы актуализировалось слово *авторский*. Оно выражает несоответствие нормам, однако часто положительно маркировано: рекламные объявления обещают *авторский массаж*, *авторскую методику преподавания*, *авторский тур* и т. д., то есть создатели этих текстов делают акцент на уникальности предлагаемых товаров и услуг. Впрочем, наблюдается и обратная, хотя и не такая мощная, тенденция – к возвращению ценностной доминанты к положительному маркированию стандарта, однако такие примеры можно увидеть в текстах не наивного, а профессионального дискурса.

Библиографические ссылки

Алексеева А. А., Борзенкова Н. А., Фомель К. С. Оценка в наивном дискурсе: этнолингвистический и гендерный аспекты (на материале сайта TripAdvisor) // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2016. Т. 15, вып. 9: Филология. С. 60–67.

Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. Москва : Наука, 1988. 339 с.

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ГЕЙМИФИКАЦИИ В БАТАЛЬНЫХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ

Анализ современных батальных медиатекстов невозможен без учета такого феномена, как геймификация. Хотя сама тема текстов использования геймификации вроде бы не предполагает, в практике военных корреспондентов система присмов, позволяющих геймифицировать батальный репортаж, широко распространена.

Главной целью реализации стратегии геймификации можно назвать снижение травматичности медиатекстов и отвлечение общественного внимания от драматических событий боевых действий. Вместе с тем имеет место и иное целеполагание – сделать события боевых действий доступными для понимания применительно к широким слоям читателей и зрителей, упрощая для них восприятие фронтовой действительности, расширяя коммуникативную рамку и способствуя коммуникации по линии «событие – журналист – читатель», облегчая проникновение в сознание пользователей пропагандистских концептов и идеологем. Не случайно Г. Веллнер называет геймификацию «пособником коммуникации» [Веллнер, с. 145].

Многие исследователи справедливо рассматривают геймификацию как часть «большого многоаспектного феномена инфотейнмента – совмещения развлекательного и информационного в пределах журналистского материала» [Карпенко, Лобановская, с. 263]. А Л. Ю. Григорьева прямо указывает на то, что «большинство СМИ заинтересовано сформировать свою аудиторию, наиболее полно удовлетворяя ее потребности в развлечении, релаксации, о чем и свидетельствует увеличение форматов “игровых” в медийных продуктах» [Григорьева, с. 93].

Особо яркое проявление стратегия геймификации получила в батальных телеграм-каналах «Военный осведомитель», «Прямой эфир», «Рыбарь», «Спецоперация Z», «Kotscnews», которые ведутся группами-редакциями профессиональных журналистов-военкоров и военными экспертами, ежедневно представляющими пользователям сотни хроникальных сообщений, статистические и аналитические материалы по проблематике специальной военной операции России на Украине.

Благодаря реализации стратегии геймификации картинка войны становится в значительной степени похожей на кадры компьютерной игры-шутера. Этому способствует также снабжение батальных текстов видео, снятыми камерами беспилотников, спутников и самих средств поражения, а также музыкой, картами боевых действий, баннерами, эмодзи и иными материалами.

Библиографические ссылки

Веллер Г. Геймификация как пособие коммуникации // Коммуникации. Медиа. Дизайн. 2018. Т. 3, № 1. С. 139–159.

Григорьева Л. Ю. Практики игрофикации в массмедиа: сопряженность персонального и имперсонального // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2013. № 4. С. 92–102.

Карпенко П. И., Лобановская Е. Ю. Геймификация в современной российской интернет-журналистике // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2019. Т. 38, № 2. С. 263–269.

**ПРОДВИЖЕНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ
В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ
(по материалам сайта Минпросвещения России)***

Одна из задач органов государственного управления заключается в формировании и продвижении базовых ценностей, «влияющих на текущее состояние мировоззрения российского общества, выступающих в качестве стабилизирующих, объединяющих и мотивирующих социальных векторов» [Восприятие базовых ценностей ... , с. 9]. В рамках деятельности Министерства просвещения РФ, информация о которой размещается на официальном сайте (см.: [Министерство просвещения ...]), в качестве социально значимой ценности названо формирование функциональной грамотности обучающихся. В понятие «функциональная грамотность» разработчики проекта вкладывают весьма объемное содержание: это «способность использовать все постоянно приобретаемые в течение жизни знания, умения и навыки для решения максимально широкого диапазона жизненных задач в различных сферах человеческой деятельности» [Мониторинг ...]. Одним из компонентов функциональной грамотности является креативность.

В психологии и педагогике креативность понимается как метапредметная компетенция, которая наряду с критическим мышлением, способностью к кооперации и коммуникации входит в систему *soft skills* («мягких навыков»). В лингвистике креативность интерпретируется как творческая деятельность языковой личности (см.: [Купина; Купина, Матвеева; Лингвистика креатива]).

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00171 (<https://rscf.ru/project/23-28-00171/>).

В докладе с опорой на функциональную стилистику, креативную стилистику и теорию языковой личности будет представлена шкала оценивания красивых текстов, создаваемых школьниками и студентами в рамках изучения русского языка. При разработке многокритериального подхода к измерению креативности текста особое внимание уделено развитию красивого речевого поведения обучаемых и мотивации их творческой деятельности. В качестве параметров оценки предлагается учитывать: 1) функциональную грамотность автора текста; 2) наличие общей красивой идеи, подкрепленной фактами и собственной позицией автора; 3) композиционно-смысловую корректность текста (его связность и цельность); 4) нетривиальную выразительность речи (наличие и уместность креатива); 5) речевую грамотность.

Формирование креативности в процессе изучения русского языка должно носить системный характер и проводиться в единстве с развитием языковых, лингвистических, коммуникативных и культурологических компетенций. Основными принципами оценивания творческих работ обучаемых являются: многокритериальный подход к измерению качества креативности; запрет на критику, способную спровоцировать творческую блокаду; использование разных форм оценивания речевых продуктов.

Библиографические ссылки

Восприятие базовых ценностей, факторов и структур социально-исторического развития России (по материалам исследований и апробации) / А. Д. Харичев, А. Ю. Шутов, А. В. Полосин, Е. Н. Соколова // Журнал политических исследований. 2022. Т. 6, вып. 3. С. 9–19.

Кулина Н. А. Креативная стилистика. Москва : Флинта : Наука, 2014. 181 с.

Кулина Н. А., Матвеева Т. В. Стилистика современного русского языка. Москва : Юрайт, 2013. 415 с.

Лингвистика креатива / Урал. гос. пед. ун-т. 2-е изд. Екатеринбург : [б. и.], 2013. 369 с.

Министерство просвещения Российской Федерации : офиц. сайт. URL: <https://edu.gov.ru> (дата обращения: 11.03.2023).

Мониторинг формирования функциональной грамотности обучающихся // Министерство просвещения Российской Федерации : офиц. сайт. URL: https://edu.gov.ru/activity/main_activities/general_edu/ (дата обращения: 11.03.2023).

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АКСИОЛОГЕМЫ *ПОМОЩЬ* НА САЙТАХ ПРАВОСЛАВНЫХ ПРИХОДОВ

Актуальность исследования заключается в малой изученности функционирования религиозного стиля в Интернет-коммуникации. Сайт православного прихода является одной из платформ бытования стиля и транслирует значимые для православных христиан ценности. Цель нашей работы – описать функционирование аксиологемы *помощь* на сайтах трех православных приходов. Реализуется данная аксиологема двусторонне: приход как сам оказывает помощь, так и обращается за помощью к прихожанам.

На сайте Свято-Троицкого кафедрального собора (см.: [Свято-Троицкий кафедральный собор]) размещена заметка «Нашему собору нужна помощь в реставрации росписи алтаря и храма!», в которой содержится просьба к прихожанам внести посильную лепту в это Богоугодное дело. Использованное в названии заметки модальное слово «нужно» и побудительное наклонение указывают на необходимость оказания помощи. Данная заметка является примером типичной ситуации прямого обращения храма к прихожанам.

На сайте храма во имя святителя Луки Крымского (см.: [Храм во имя святителя и исповедника Луки Крымского (Войно-Ясенецкого) Екатеринбургской епархии]) размещено объявление: «Начинается благотворительная акция “Дари радость на Пасху”». Благотворительность – одно из важных направлений деятельности православных храмов. Храм призывает прихожан объединиться и помочь нуждающимся: небольшой вклад каждого члена общины поможет сформировать для них продуктивные наборы. Священнослужители поддерживают участие прихожан в благотворительных акциях: за всех благотворителей они регулярно молятся в храме.

На сайте прихода в честь Владимирской иконы Пресвятой Богородицы на Семи Ключах (см.: [Приход в честь Владимирской иконы пресвятой Богородицы на Семи Ключах]) тоже найден пример оказания помощи прихожанам. В заметке «Евангельские встречи для всех желающих проводит наша прихожанка» говорится о том, что эти мероприятия являются уникальным просветительским, миссионерским и психотерапевтическим проектом. Участники проекта читают отрывки из Евангелия, а затем все вместе истолковывают их смысл. Проект помогает прихожанам разбираться с проблемами как духовными, так и бытовыми, объединяя членов религиозной общины, и получает восторженные отзывы.

Рассмотрение аксиологемы *помощь* и ее функционирования на сайтах православных приходов позволяет говорить об активном взаимодействии сторон коммуникации, что подтверждает важность ценностной категории *помощь* для православных христиан.

Библиографические ссылки

Приход в честь Владимирской иконы пресвятой Богородицы на Семи Ключах : сайт. URL: <http://vladprihod.ru/> (дата обращения: 06.03.2023).

Свято-Троицкий кафедральный собор : сайт. URL: <https://stks-ekb.ru/> (дата обращения: 11.03.2023).

Храм во имя святителя и исповедника Луки Крымского (Войно-Ясенецкого) Екатеринбургской епархии : сайт. URL: <https://1.sv-luka.ru/> (дата обращения: 11.03.2023).

М. Берри
Университет Буэнос-Айреса,
Буэнос-Айрес, Аргентина

ПОНЯТИЕ ХРУПКОЕ СЧАСТЬЕ В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ И АРГЕНТИНСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Понятие *хрупкое счастье*, введенное Жан-Жаком Руссо, детально исследовано популярным в Аргентине современным философом Цветаном Тодоровым (см.: [Todorov]). Рассматривая концепции общественного развития Руссо, в которых фигурируют люди двух типов – «человек природы» и «человек общества», Тодоров говорит о третьем типе – «нравственном человеке», который в процессе своего развития достигает состояния счастья, но оно и не окончательное, и не достоверное. Это состояние *хрупкого счастья*, хрупкого в силу наших недостатков и противоречий, поскольку мы одновременно и «люди природы», и «люди общества».

Цель данного доклада – проанализировать понятие *хрупкое счастье* в современной русской и аргентинской литературе на примере произведений Олега Зайончковского, Людмилы Петрушевской, Татьяны Толстой, а также Марианы Энрикез и Мариано Кироза.

У О. Зайончковского о хрупком счастье говорится в романе «Петрович», повествующем о жизни пятилетнего мальчика (см.: [Зайончковский]). Петрович вынужден ходить в детский сад, являющийся для него тюрьмой. Однажды мальчика там строго наказывают, и дома дед решает, что Петрович больше в сад не пойдет. Мальчик счастлив. Но это очень кратковременное счастье, потому что впереди Петровича ждет тяжелая жизнь.

Фантастический рассказ Л. Петрушевской «Фонарик» развивает тему внезапного счастья в беде (см.: [Петрушевская]). Поздно вечером по дороге домой девушка сбивается с пути и идет на свет

внезапно появившегося фонарика. Этот свет приводит ее на могилу бабушки. Таким «ужасным» образом девушка спасается: близ дороги, по которой она обычно ходила домой, в это время взорвался газопровод. Девушка понимает, что ее спасла бабушка.

Третий рассказ о «хрупком счастье» – «Студень» Татьяны Толстой (см.: [Толстая]). В нем описывается, как данное блюдо готовится на Новый год. Рецепт студня включает не только ингредиенты, но и мучения, которые надо терпеть в процессе его приготовления. Однако все плохое, застывшее в студне, позволяет появиться маленькому простому счастью – угощению на новогоднем столе.

Данные произведения можно сопоставить с похожими по тематике рассказами современных аргентинских писателей Марианы Энрикес и Мариано Кироца.

Мариана Энрикес, как и Л. Петрушевская, пишет в фантастическом жанре. Но ее произведения более пессимистичны. Например, в рассказе «Тележка» страдает целый район, потому что некий мужчина не разрешил бедняку взять свою тележку для сбора мусора (см.: [Enriquez]). В районе становится все хуже и хуже, но никакого решения данной проблемы не существует.

Рассказ Мариано Кироца «Охотник на тапиров» (см.: [Quirós]) можно сравнить с романом о Петровиче. Речь тоже идет о мальчике, оказавшемся в месте, которое он ненавидит. Но здесь счастье не появляется и никакого утешения нет.

Вывод: аргентинская литература более пессимистичная, в ней счастье отсутствует вообще. В трех произведениях русских писателей счастье, пусть и очень зыбкое, существует. Кроме того, это счастье не похоже на американский «хэппи энд», оно – другое. Это – несущее в себе добро *хрупкое счастье* человека со всеми его недостатками, возникающее в результате терпения, способности стойко переносить лишения и тяготы жизни.

Библиографические ссылки

Зайончковский О. В. Петрович. Москва : Редакция Елены Шубиной : АСТ, 2012. 416 с.

Петрушевская Л. С. Фонарик // Петрушевская Л. С. Два царства. Санкт-Петербург : Амфора, 2007. С. 224–228.

Толстая Т. Н. Студень // Толстая Т. Н. Легкие миры. Москва : АСТ, 2014. С. 425–428.

Enríquez M. El carrito // Los peligros de fumar en la cama. Barcelona : AMAGRAMA, 2017. P. 39–52.

Quirós M. Cazador de tapires // La luz mala dentro de mí. Buenos Aires : Factorum Ediciones, 2016. P. 19–32.

Todorov T. Frágil felicidad. Un ensayo sobre Rousseau. Barcelona : Gedisa, 1986. 123 p.

ЦЕННОСТИ ХРИСТИАНСТВА В ЭПОХУ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Процесс глобализации выступает как фактором позитивным, стимулирующим развитие отдельных языковых процессов, так и фактором негативным, ряд языковых процессов тормозящим. Религиозный дискурс (наиболее древний тип институционального общения) глобализация затронула тоже.

С появлением христианства в обиход прочно вошло понятие христианских ценностей. Христианские ценности – это «абсолютные духовно-нравственные источники обретения личностью (человском) связи с трансцендентным, достижения высшей формы совершенствования, благодати, спасения (освобождения), духовного бессмертия, мистического знания» [Гаранов, с. 50].

Традиционно в базовые ценности христианской религии входят Бог, вера, жизнь, добро (доброта), истина (правда), любовь, милосердие, скромность, всепрощение, смирение, сострадание, нравственная чистота (см.: [Бобырева, с. 145]). Однако глобализация внесла свои коррективы в динамику развития этих ценностей.

Для получения объективной картины влияния глобализации на базовые ценности христианства нами привлекались информанты разных возрастных групп, а также разных степеней воцерковленности.

Применительно к диаде «верующие – неверующие» (воцерковленные – невоцерковленные) отметим следующие особенности. Верующие (воцерковленные) информанты указали на безусловную значимость всех традиционных христианских ценностей. Также они отметили, что все ценности, заложенные христианским вероучением, дошли до наших дней, сохранив свою значимость. В группе

невоцерковленных информантов, в которую нами были включены как неверующие (атеисты), так и «сочувствующие» (колеблющиеся), к числу ценностей были отнесены жизнь, добро, истина, сострадание. Для представителей данной группы не имели ценностной значимости такие понятия, как Бог (божественное), вера, милосердие, бедность (отсутствие значимости материальных благ), скромность, сострадание, смирение, воспрощение, чистота нравов.

Распределение ценностных приоритетов в различных возрастных группах показало, что молодые люди к числу ценностей отнесли жизнь, добро (доброту), истину. Остальные понятия ценностной маркировки не получили. Люди среднего возраста назвали такие ценности, как Бог (божественное), вера, жизнь, добро (доброта), истина, милосердие, сострадание. Людями старшего возраста практически все рассмотренные понятия были отнесены к числу ценностей.

Безусловную маркировку у информантов всех категорий получили такие понятия, как жизнь, добро (доброта), истина, которые сохраняют непреходящую значимость на протяжении многих тысячелетий. Безусловно, с развитием общества изменяется осознание внутренней сущности данных понятий, но отнесение их к числу ценностей сохраняется.

Такое понятие, как любовь, также было отнесено к числу ценностей всеми информантами, но разные группы отмечали разные смысловые планы данной ценности. Компоненты «любовь к другому (другу, врагу)» и «любовь к Господу» оказались максимально значимы в ценностном плане для верующих, а также для людей старшей возрастной группы; компонент «любовь к себе» показал максимальную значимость для информантов более молодого возраста, а также для людей невоцерковленных (неверующих).

Значимость показали и семейные ценности (семья, любовь и верность, забота о детях и стариках).

Подводя итог, отметим, что хотя религиозные ценности и выступают наиболее фундаментальной частью любой лингвокультуры, в ходе развития социума значимость каждой из них может меняться. Ряд религиозных ценностей сохраняет свою значимость

в неизменном виде на протяжении тысячелетий, обозначая универсальные понятия, важные для всех времен и различных социальных групп, – жизнь, добро (доброта), истина, любовь. Другие же, сохраняя статус ценности, могут на данном этапе общественного развития на некоторое время отойти на второй план, оставаясь значимыми для определенной социальной группы (что объясняется особенностями развития и функционирования социума).

Библиографические ссылки

Бобырева Е. В. Лингвокультурные характеристики религии как основы формирования ценностных ориентиров социума : монография. Saint-Louis, Missouri, USA : Science and Innovation Center Publishing House, 2019. 234р.

Гаранов Ю. С. Христианские ценности в современном отечественном кинематографе: философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Астрахань, 2014. 17 с.

ХАРАКТЕР ЭКСПЛИКАЦИИ ОЦЕНОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕЧЕВОГО СУБЪЕКТА В ТЕКСТАХ РЕТРОСПЕКТИВНОГО ДИСКУРСА

В совокупном дискурсивном пространстве особое место принадлежит ретроспективному дискурсу, в котором циркулируют тексты, содержащие фиксацию фактов и событий прошлого опыта либо самого речевого субъекта, либо других людей. Особенности интеграции прошлого в сознание отправителя текста непосредственно зависят от источника реконструируемой действительности: при апелляции к личному прошлому формируются тексты индивидуально обусловленного подтипа ретроспективного дискурса (ИОПРД), в то время как авторская интенция воссоздать чужой, лично не пережитый жизненный опыт способствует структурированию коллективно обусловленного подтипа ретроспективного дискурса (КОПРД). Конституирующими признаками данного дискурсивного типа в динамическом аспекте следует считать ретроспективный характер ментально-когнитивной деятельности речевого субъекта и функционирование различных видов памяти (автобиографической и коллективной). В рамках статического аспекта релевантными являются такие признаки, как типологическая амбивалентность текстов, находящихся в этом сегменте дискурсивного пространства, и лимитированный характер их жанрового репертуара (подробнее см.: [Бондарева]).

Необходимо сразу указать, что в обоих упомянутых типах ретроспективного дискурса взаимоотношения речевого субъекта с изображаемой прошлой действительностью определяются спецификой его регулятивно-оценивающей позиции, при которой все рекон-

струируемые факты и явления неизбежно подвергаются эмоционально-оценочной интерпретации со стороны повествователя, темпорально дистанцированного от воспроизводимых им данностей.

В целом, по справедливому мнению Л. М. Ковалевой и Л. Г. Александровой, когнитивный, эмоциональный и оценочный аспекты можно считать составляющими самости человека (см.: [Ковалева, Александрова, с. 115]). Однако вполне понятно, что в данной ситуации речь идет прежде всего об оценке изображаемого, обладающей аксиологическим характером и не являющейся равнозначной возможной модальной оценке эпистемологического, то есть рационального свойства, которая определяется когнитивным тезаурусом речевого субъекта. Лексические экспликативы эмоционально-оценочной деятельности автора ретроспективного текста имеют прямую референциальную соотнесенность со всеми атрибутами реконструируемого прошлого: людьми, действительностью, фактами, событиями. При этом принципиальное отличие текстов ИОПРД от текстов КОПРД заключается в том, что константным параметром текстов первого типа является субъективная оценка речедеятелем помимо всех вышеуказанных факторов собственного прошлого Я и специфики функционирования личностной памяти.

Библиографические ссылки

Бондарева Л. М. Ретроспекция как фактор структурирования дискурса и текста : монография. Калининград : Изд-во БФУ им. И. Канта, 2019. 295 с.

Ковалева Л. М., Александрова Л. Г. Роль self в концептуализации Я // Когнитивный анализ слова / под ред. Л. М. Ковалевой, Л. В. Кульгавовой. Москва : URSS, 2014. С. 101–120.

В. И. Бортников
УрФУ, Екатеринбург, Россия

**«ПО ПОЛЯМ, ПО ПОЛЯМ
СИНИЙ ТРАКТОР ЕДЕТ К НАМ...»:
ШТРИХИ К НАИВНО-АКСИОЛОГИЧЕСКОМУ
ВОСПРИЯТИЮ ПРИМИТИВНОГО ТЕКСТА**

«Синий трактор» – один из популярнейших YouTube-каналов для малышей от 1 до 5 лет (статистика на конец марта 2023 г. – более 4 млрд просмотров). «Здесь только добрые мульттики и песенки про тракторы, машинки, грузовики, строительную технику и все, что любят дети» [Синий трактор]. «Огромный потенциал в плане эмоционального воздействия и чарующая простота в использовании» [Витвинчук, с. 25] дополняются диалогом с юным зрителем, – ср. самую первую песенку, с которой создатели канала «вышли в свет» в 2014 г.:

По полям, по полям
Синий трактор едет к нам,
У него в прицепе кто-то
Песенку поет...
А ну, малыш, давай!
Попробуй, отгадай.
Кто же, кто же, кто же, кто же
Песенку поет?

[Синий трактор]

Далее, примерно в течение 10–12 секунд, следует повторяющееся звукоподражание *Му-му-му-му-му-му*, исполняемое также человеком. Малышу это время отводится для того, чтобы догадаться, кто же *поет песенку в прицепе*. На экране, как и в ходе исполнения приведенных выше куплетов, продолжает ехать трактор, причем между досками-стенками прицепа, а также сверху (крыши

у прицепа нет) фрагментарно видно загаданное животное. После этого боковая стенка прицепа показывается крупным планом и открывается книзу, так что зрителю становится виден верный ответ (в случае с синим трактором – корова). За кадром звучат аплодисменты и фраза: «Правильно! Это корова».

Животное и трактор «пляшут» на экране некоторое время, после чего картинка сменяется и начинается следующий куплет. В каждом следующем куплете *по полям, по полям* едет уже трактор другого цвета и с другим содержимым *прицепа*. Отметим, что цвет трактора никак не связан с загаданным животным: за красным трактором появляется прицеп с бараном, за зеленым – прицеп со свиньей и т. д. После куплета, также в течение 10–12 секунд, следует соответствующее звукоподражание: *бе-бе-бе-бе-бе, хрю-хрю-хрю-хрю-хрю* и проч. В общей сложности приблизительно за 8,5 минуты перед зрителем проходят 12 животных и, соответственно, 12 тракторов разных цветов.

«Примитивный текст» [Гидлевский, Здриковская], как и картинка, и сюжет мультфильма в целом, получают у исследователей весьма неоднозначную интерпретацию. Отмечаются «искажение картины мира у детской аудитории» [Копылова, с. 50], отрицательное воздействие на психику и зрение ребенка (см.: [Мальцева, Клыковская, Гребеньщиков]). Неоднократно предлагается использовать «Синий трактор» при работе в среде детей с ограниченными возможностями.

В нашем докладе текст песни «По полям, по полям...» анализируется в аспекте наивно-аксиологического (детского) восприятия. Еще в 2015 г. проф. И. Т. Вепрева высказала идею о том, что наивная аксиология – «отдельная ветвь народной лингвистики» [Вепрева, 2015, с. 37], иначе – наивной лингвистики, изучающей обыденное языковое и метаязыковое сознание. Под «примитивным текстом» при этом не подразумевается отрицательная характеристика песни, ср.: «Поэты-самоучки, писатели-самоучки, примитивная поэзия, наивная поэзия – все эти понятия можно объединить термином “непрофессиональная литература”» [Хун, с. 95]. Понятие «наивная аксиология» применимо и к семейному общению

(см.: [Пикулева]), в том числе к общению взрослого и ребенка (см., в частности: [Вепрева, 2020]), что позволяет обозначить возможность изучения детского восприятия действительности в наивно-аксиологическом ключе.

Предельная простота изображения (один трактор везет за собой один прицеп, где всякий раз оказывается одно животное; изображение полей, то есть фона мультфильма, не перегружено деталями, если не считать редких деревьев и домиков) поддерживается предельной простотой текста. Эта упрощенность, а значит, ориентированность на «наивного» реципиента, прослеживается на различных уровнях организации текста: ритмико-метрическом, лексическом, синтаксическом.

Метрически стихотворение тяготеет к четырехстопному хорю, лежащему в основе многих народных жанров (например, частушек), а значит, удобному для восприятия наивным носителем. В последней строке обоих катренов количество стоп сокращается до трех (обратим внимание на формальное равенство этих строк при различии по цели высказывания: *Песенку поет* – в первом случае утверждение, во втором – вопрос). Аналогическое строение двух четверостиший поддерживается и переборами хорей: в каждом случае первая строка оказывается метрически нерегулярной. Ср.:

По по- ля́м, по по- ля́м Си- ний трак- тор е- дет к нам, У не- го в при- це- пе кто- то Пес- сен- ку по- ет...	А ну, ма- лыш, да- вай! По- про- буй, от- га- дай, Кто же, кто же, кто же, кто же Пес- сен- ку по- ет?
---	---

В первой строке первого катрена метрическая нерегулярность возникает из-за усечения (каталектики) второй стопы, за счет чего получается перебой в середине стиха. Лексическое удвоение *По полям, по полям* поддерживается и ритмически – повтором

слоговой последовательности $\underline{\quad} \cup \underline{\quad}$. Кажущаяся возможность анапестической интерпретации этой строки (при обоих неударных предлогах *по*) исключается «стопобойным» исполнением, как бы намеренно акцентирующим «иктовость» 1-й и 4-й стоп и даже цезурованность в середине строки: *По́ полям, || по́ полям...* Усечение (мужская каталектика перед цезурой) как бы компенсируется в первой строке второго катрена добавлением слога в начале стиха (*А ну...*), вследствие чего хорей становится ямбом. Происходит «ритмизация метра» (М. И. Шапир): трехстопный ямб дублируется и во второй строке второго катрена. За счет слога, добавленного в начало строки, метр выравнивается, но количество стоп сокращается на одну: если четырехстопный хорей еще можно «втиснуть» в шесть слогов (с каталектикой 2-й и 4-й стоп), то с ямбом такой «номер» не проходит, 6 слогов соответствуют ровно 3 стопам.

Отмеченные метрические перебои не режут ухо. Скорее, наоборот, каталектические стопы и переменная анакруза приближают стих к народному, более привычному для наивного реципиента (ср.: *Ай, люли, ай, люли, / Прилетели журавли; Сорóка, сорóка, / Где была? Далеко...; Пошёл котик на торжок, купил котик пирожок... <...> Я и сам откушу. Я и Кате принесу*). Обратим внимание, что во второй строке первого катрена «ликвидируется» каталектика 2-й стопы, так что получается типичный четырехстопный хорей с усечением лишь в финальной стопе (мужская клаузула), шесть слогов расширяются до семи. В третьей строке «ликвидируется» и каталектика 4-й стопы, так что при женской клаузуле возникает полноценная хорсическая строка. Если не считать пиррихия в первом слоге (*У него...*), то третья строка первого четверостишия оказывается ритмически идентичной третьей строке второго катрена. Тем самым поддерживается идея параллелизма 3–4-й строк: *Кто-то... поет Кто (же) поет?* Загадка, адресованная малышу, сначала подается в форме утверждения («Известно, что кто-то поет»), затем – в форме вопроса («Кто это?»).

Дублирования ритмических схем, синтаксические повторы (параллелизмы) поддерживаются лексическими повторами. Уже отмеченное *По полям, по полям*, задающее идею «разухабистого»

движения трактора, составляет, правда, единственный повтор в первом куплете. Во втором, однако, четырехкратный повтор местоимения *кто* с частицей *же* (являющийся одновременно повтором местоимения *кто-то* из первого катрена) призван многократно усилить настойчивость вопроса к юному зрителю. За счет эквивалентности местоимения *кто-то* и фонетического слова *кто же*, кстати, оказывается возможной женская клаузула в третьих строках обоих куплетов (при мужской клаузуле во всех остальных), что также особым образом выделяет эти строки.

Отдельное внимание в докладе уделено системе рифмовки в песне «Синий трактор». Анализ показывает, что система рифм поддерживает намеченные отношения между стихами: 1-я и 2-я строки каждого четверостишия оказываются ближе друг другу, а вот 3-я и 4-я, скорее, ближе строкам с теми же номерами другого куплета. Рифмуются только стихи с мужскими клаузулами (aabddcc), причем каждый из этих стихов обнаруживает пару (1–2, 5–6, 4–8). Четвертые стихи обоих катренов рифмуются за счет полной идентичности (*Песенку поет*), о чем говорилось выше.

Все отмеченные особенности «работают» на простоту текста, так что «попадание» в целевого адресата оказывается стопроцентным. Автор данного доклада не раз становился свидетелем «залипания» юного адресата на «Синем тракторе» – будь то трансляция по телевизору или показ на экране телефона либо компьютера.

Библиографические ссылки

Вепрева И. Т. Наивная аксиология: метаязыковая оценочная интерпретация лексической семантики // Уральский филологический вестник. Серия: Психолингвистика в образовании. 2015. № 4. С. 35–44.

Вепрева И. Т. Убеждение, уговоры, угрозы в семейном общении: или как матери уговаривают ребенка поесть // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : тез. докл. Междунар. науч. семинара. Екатеринбург : Ажур. 2020. С. 15–18.

Витвинчук О. А. Современные мультимедийные технологии как фактор дегуманизации дошкольного воспитания // Медиаисследования. 2019. № 6. С. 22–28.

Гидлевский А. В., Здриковская Т. А. Уровневая модель понимания текста // Вестник Омского университета. 2012. № 4 (66). С. 170–173.

Копылова О. Ю. Телевидение как фактор искаженной картины мира у детской аудитории // Правда и ложь на экране : сб. материалов Всерос. науч. конф. / науч. ред. Н. Г. Кривуля. Москва : КнигИздат, 2019. С. 50–61.

Мальцева С. М., Клыковская К. Г., Гребенъцев Д. М. Влияние мультфильмов на поведение детей: мнение родителей // Образование и наука в современном мире. Инновации. 2022. № 5 (42). С. 44–50.

Пикулева Ю. Б. «Наивная» политическая аксиология, или Разговоры о политике в семейном кругу // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : тез. докл. Международ. науч. конф. / отв. ред. Н. А. Купина. Екатеринбург : Ажур, 2019. С. 147–148.

Синий трактор : рос. дет. муз. мультипликац. сериал // YouTube : сайт. URL: <https://www.youtube.com/@bluetractortv> (дата обращения: 02.03.2023).

Дун И. В. Г. Белинский о творчестве писателей третьего ряда // Вестник Вятского государственного университета. 2016. № 3. С. 95–99.

КОНСТРУЦИИ СО ЗНАЧЕНИЕМ «УСЛОВИЕ С ЦЕННОСТНЫМ ИЗМЕРЕНИЕМ» В НАУЧНЫХ ТЕКСТАХ

Предложения со значением условия являются одним из важнейших средств языка, они часто используются в различных текстах, в том числе научного стиля, для установления связи между результатом и условиями, необходимыми для его достижения (см.: [Hyland, p. 113]).

Типичным средством выражения условия являются сложно-подчиненные предложения с придаточным, присоединяемым союзом *если*. Особенностью таких предложений в научном тексте выступает осложненность их субъективно-модальными смыслами, в результате чего придаточные начинают выполнять функцию вводных предложений. Подобные конструкции характеризуются «ценностным измерением», что позволяет автору выразить свое отношение к рассматриваемой проблеме (см.: [Магомедова]).

Анализируемые конструкции в научных текстах могут использоваться для описания причин, которые могут привести к определенным последствиям (*Если мы продолжим использовать неудобоваримую пищу, то мы можем столкнуться с проблемами здоровья, такими как ожирение и диабет*), для выражения гипотез и предположений, которые могут быть проверены в дальнейших исследованиях (*Если мы увеличим количество удобрений, то мы можем получить больший урожай*), условий, необходимых для достижения определенной цели (*Если мы будем заботиться о сохранении биоразнообразия, то мы сможем сохранять многие виды растений и животных, которые являются уникальными для данной местности и не встречаются нигде больше*).

Аксиологический оттенок вводных предложений выражается лексическими, лексико-грамматическими, фразеологическими средствами. В докладе эти средства будут рассмотрены подробно.

Научные тексты требуют четкости и точности выражения, а часто и оценочности, поэтому средством выражения категории условия могут выступать именно вводные предложения с ценностными характеристиками. Авторы научных статей используют условные предложения с аксиологическим оттенком, чтобы подчеркнуть важность и значимость исследуемого объекта и выразить свои предположения о том, что может произойти, если определенные условия будут нарушены или не выполнены.

Библиографические ссылки

Магомедова Р. Р. Языковые средства оценочности в научных текстах // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2018. № 3 (3). С. 67–71.

Hyland K. Genre: Language, context, and literacy // Annual Review of Applied Linguistics. 2002. Vol. 22. P. 113–135.

КОГНИТИВНАЯ МЕТАФОРА *ДЕНЬГИ–ЖИДКОСТЬ*: СЕМАНТИЧЕСКОЕ И ОЦЕНОЧНОЕ ВАРЬИРОВАНИЕ

В рамках когнитивного подхода метафора осознается как инструмент, который позволяет структурировать познавательный опыт. Метафора дает человеку возможность сориентироваться в пространстве культуры: «Так как множество понятий, важных для человека, либо абстрактно, либо нечетко определено в опыте (эмоции, идеи, время и т. п.), возникает необходимость использовать для их понимания другие концепты, которые осознаются более четко» [Лакофф, Джонсон, с. 147]. Так, культурно значимый концепт *ДЕНЬГИ* сопоставляется в сознании носителей языка с концептом *ЖИДКОСТЬ* на основании общих семантических признаков ‘ценность для жизни’, ‘текучесть, способность перемещаться из одного пространства в другое’.

Представим семантические и оценочные варианты реализации данной когнитивной метафоры.

ДЕНЬГИ – ВОДА: самая распространенная вариация изучаемой когнитивной модели. Представлена разнообразными слотами, которые связаны с характеристиками *ВОДЫ*: например, с агрегатными состояниями воды (*деньги текут, замораживаются, испаряются*), природными и искусственными водными объектами и явлениями (*финансовые реки, долларовое цунами, денежный кран*), действиями, производимыми в воде и с водой (*купаться в деньгах, залить деньгами Россию*), специфическими свойствами воды (*мутные деньги, горячие деньги*). Оценочность контекстов СМИ с подобными метафорами варьируется: с одной стороны, по аналогии с *ВОДОЙ* подчеркивается живительная, спасительная сила денег; с другой стороны, при недостатке или избытке денежной массы осознается

разрушительная сила денег для экономики: *Бюджетную засуху утолят цены на нефть* (Московский комсомолец. 2018. 31 мая); *А пока у правительства нет проблем с нефtedолларами, оно предпочитает любой пожар тушить деньгами* (Профиль. 2011. 21 февр.).

ДЕНЬГИ – КРОВЬ: развёртывание данного варианта когнитивной модели опирается на представление о ценности крови для нормального функционирования организма: *... власти РФ... встанут на пути финансовых упырей, которые высасывают кровь из российской экономики* (Наш голос (Тамбов). 2023. 2 февр.). Активно используется метафора донора, которая может получать негативное пересмысление: *США по-прежнему являются главным финансовым донором ВОЗ* (АиФ-Москва. 2020. 15 апр.).

ДЕНЬГИ – СЛЕЗЫ: появление данного семантического варианта когнитивной метафоры связано с представлением о малом объёме денежных средств, что вызывает негативную оценку: *Финансовые слезы городского бюджета* (Регион-Информ. Региональный экономический дайджест. 2005. 15 марта).

ДЕНЬГИ – ЖИДКОЕ ЛЕКАРСТВО / ЖИДКИЙ НАРКОТИК: подобный вариант реализации когнитивной метафоры согласуется с представлением об экономике как живом организме, который восстанавливается с помощью внешних денежных вливаний или становится зависимым от них: *Пока денежная капельница будет работать, финансистам придется забыть о бонусах* (Комсомольская правда. 2011. 28 окт.); *... российская экономика постепенно сходит с «долларовой иглы»* (Российская газета. 2007. 24 марта).

ДЕНЬГИ – МОЛОКО: данная вариация когнитивной модели связана с представлением о ценности молока как «базового» напитка. Распространена метафора дойной коровы, у которой молоко (то есть деньги) изымается без ее согласия: *Ретех – «изможденная дойная корова» мексиканского правительства: она дает 35 % доходов госбюджета* (Независимая газета. 2008. 15 янв.).

Библиографическая ссылка

Лакофф Дж., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. Москва : ЛКИ, 2017. 256 с.

СООТНОШЕНИЕ ОБРАЗОВ ЖИВОТНЫХ КИТАЙСКОГО ГОРОСКОПА В КИТАЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ (на примере образа лошади / коня)

Иероглиф 马 (ма) обозначает *лошадь* и *коня* в русском переводе и занимает седьмое место в китайском зодиаке. В зодиакальной культуре также используется словосочетание 午马 (ву ма) *полуденная лошадь*, поскольку каждый зодиакальный символ корреспондирует с земными циклами, чтобы рассчитывать время (см.: [马敏]). Китайцы считают, что в это время энергия 阳 (ян) достигает своего пика, поэтому лошадь 马 (ма), как и некоторые другие животные (тигр, петух, сойка, овца / баран), принадлежит к «янским» животным. В даосской культуре 阳 (ян) выше 阴 (инь), и, соответственно, образ *лошади* занимает очень высокий статус в китайской лингвокультуре и является главным среди образов домашних животных (*лошадь / конь, корова, овца, собака, свинья, курица*) в китайском гороскопе. С точки зрения аксиологии образ лошади представляет особую ценность и содержит наибольшие положительные коннотации, которые выражают и характеристики человека. Ниже приведены китайские фразеологизмы с лексемой 马 (ма) *лошадь / конь* (см.: [宋永培, 端木黎明]).

1. 一马当先 (и ма данг цзэ). Буквально – *один конь ведет вперед* (весь табун). Употребляется в отношении человека, который, начиная какое-то дело, не боится трудностей и смело движется вперед. Обычно указывает на активного и мужественного, ответственного человека.

2. 汗马功劳 (хань ма гун лао). Буквально – *пот лошади подвиг*. Раньше данный фразеологизм указывал, что на поле боя человек

совершил подвиг. В настоящее время означает, что человек внес в работу большой вклад.

3. 驷马难追 (си ма нан чжуй). Буквально – *четыре лошади не могут догнать*. Смысл этого фразеологизма таков: если слово было сказано, оно должно быть исполнено: на четверке лошадей обещания не догонишь. Обычно так характеризуют искреннего, верного и надежного человека.

4. 老马识途 (лао ма ши ту). Буквально – *старая лошадь знает дорогу*. Характеризует опытного человека.

5. 犬马之诚 (цюань ма чжи чэн). Буквально – *верность собаки и лошади*. Значение этого фразеологизма – либо от всей души, либо искренний, верный человек.

6. 龙马精神 (лонг ма цзин шен). Буквально – *дух дракона и лошади*. Имеется в виду энергичный дух стремления к прогрессу. Обычно так характеризуют энергичного и активного человека.

Образ лошади 马 (ма), выявляющийся во фразеологизмах, символизирует в китайской лингвокультуре положительные характеристики человека. Также он используется применительно к крупному и сильному человеку. Этот же образ может обозначать и негативные черты человека в случае сочетания с образами других животных (*тигр, бык / буйвол, осел*). Например, фразеологизм 马马虎虎 (ма ма ху ху), в буквальном переводе *лошадь, лошадь, тигр, тигр*, обозначает человека, делающего все небрежно, тяп-ляп.

В русской лингвокультуре образы *лошади* и *копя* различались не столько по роду (самец и самка, как *бык* и *корова*, *баран* и *овца*), сколько по разной стилистической окраске и разным сферам употребления лексем. И в этих образах по-другому распределяются метафорические характеристики человека. Это тоже отражается в русских фразеологизмах или пословицах. Так, *лошадью* обычно называют рабочее животное, которое тянет телегу и пашет поля (см. словари Даля, Дмитриева, Ожегова [Даль; Дмитриев; Ожегов]). Во фразеологизмах эта лексема часто используется в отношении сильного и трудолюбивого человека, иногда много работающего в ущерб себе.

Рабочая лошадь – о трудолюбивом человеке, безотказном работнике.

Сильный как лошадь – очень здоровый и крепкий человек.

Ломовая лошадь – человек, обремененный напряженным, постоянным трудом.

Лошадиное здоровье – отличное здоровье.

Образ коня обозначает иногда те же характеристики, но относится преимущественно к представителям мужского пола. Лексема *конь* обычно используется применительно к военной сфере, в коневодстве и поэтическом языке. Во фразеологизмах и поговорках может характеризовать:

- опыт (*старый конь борозды не испортит*);
- положение победителя (*на коне*);
- право ошибиться даже умелому человеку (*конь о четырех ногах, да спотыкается*).

Библиографические ссылки

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка // Толковый словарь Даля онлайн : сайт. URL: <https://slovardalja.net/word.php?wordid=15149>/<https://slovardalja.net/word.php?wordid=13763> (дата обращения: 12.03.2023).

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка : 80 000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд., доп. Москва : Азбуковник, 2003. 944 с.

Толковый словарь русского языка : Около 7 000 словарных статей : Свыше 35 000 значений : Более 70 000 иллюстративных примеров / под ред. Д. В. Дмитриева. Москва : Астрель : АСТ, 2003. 1582 с.

浅析生肖马在民俗文化中的装饰创作, 冯敏, 华南理工大学设计学院出版物刊, 2016. 39页 [Фэн Мин. Краткий анализ декоративного создания зодиакальной лошади в народной культуре. Публикации Школы дизайна, Южно-Китайский технологический университет, 2016. 39 с.].

汉语成语词典, 宋永培, 端木黎明, 四川辞书出版社, 2001. 1128页 [Сун Юнпей, Дуаньму Лимин. Словарь китайской фразеологии. Изд-во Сычуаньского словаря, 2001. 1128 с.].

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ РОССИЙСКИХ КОСМЕТИЧЕСКИХ БРЕНДОВ

Среди маркетинговых инструментов построения репутации и идентичности бренда одним из самых популярных и эффективных является указание на страну-производителя (англ. *country of origin* – страна происхождения, далсс – СП). По данным исследований, покупатели обращают внимание на эту характеристику, и она существенно влияет на потребительское восприятие бренда. Важно, что реальное место производства далеко не всегда совпадает с указанным на упаковке. Феномен международного производства, контрактного производства чаще всего не позволяет покупателю проследить всю цепь изготовления товара. Таким образом, СП – это очевидно характеристика именно бренда.

Эффективность указания на страну-производителя основана на комплексе знаний и убеждений потребителя относительно высоких технологий производства тех или иных товаров в конкретной стране (например, швейцарские часы, немецкая техника, американские компьютеры). В ходе исследования мы анализируем, как СП-характеристика используется в продвижении российских брендов косметики.

Отметим, что российские бренды активно прибегают к данной характеристике, однако чаще для того, чтобы ввести покупателя в заблуждение. Часто можно столкнуться не с манифестацией того, что продукция производится именно в России, а, напротив, с мимикрией под иностранные бренды. Таковы, например, бренды *Vivienne Sabo* (производитель – ООО «Градиент»), *Zeitun, Beautyfic* (ООО «ДжиЭсЭс»). В продвигающих сообщениях продавцы настаивают на том, что бренды производятся во Франции, Иордании,

США. Очевидно, что причиной тому служит стереотипное убеждение потребителей об уровне производства в той или иной стране, которое является поверхностным и опосредованным.

Существуют, однако, и бренды, которые акцентируют внимание на том, что они именно российские. Наилучшим примером может служить *Natura Siberica*, марка, являющаяся одной из популярнейших в России. Бренд всегда строил свою идентичность на идее «натуральности», называя это своим главным конкурентным преимуществом. Натуральные ингредиенты – модная тенденция во многих странах (можно сравнить, например, с немецким брендом *Weleda*). Однако особенность российских брендов заключается в том, что в них «натуральность» соотносится с понятиями «русскость», «исконность», «чистота», «шаманство», «древняя мудрость», «материнство» и «забота». Если рассуждать о бренде как о мифологическом или нарративном тексте, то в российском *Natura Siberica* создана дизъюнкция добра, то есть натуральности и чистоты, и зла: опасных химикатов, техногенных угроз, грязи.

Убеждение относительно того, что Россия является производителем натуральных и чистых продуктов, а иностранные компании – технологически сложных, модных и эффективных, формирует потребительскую картину мира, которая, как следствие, оказывает влияние на общие представления о действительности.

О ПОПОЛНЕНИИ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПАРАДИГМЫ ГЛАГОЛА *ЦЕНИТЬ*

Для лингвистической аксиологии базовым является процесс оценивания, под которым понимается вписывание осознаваемого объекта в жизненное пространство субъекта и одновременно его интерпретация по шкале значимости в Я-системе человека. В языке для обозначения этого процесса существует глагол *оценить* – «высказать мнение, суждение о ценности кого-, чего-л.» [ТСРЯ, с. 604]. Приставочный глагол является членом словообразовательной парадигмы глагола *ценить*. В состав парадигмы кроме названного глагола входят еще шесть приставочных образований: *наценить*, *перезценить*, *расценить*, *уценить*, *обесценить*, *прицениться* (префиксально-постфиксальный глагол).

Если сравнивать этот ряд глаголов с максимально возможным заполнением сетки приставочных дериватов, то можно отметить, что парадигма не является полной (исчерпывающий набор может включать порядка 20 производных единиц). В современном русском языке наблюдается тенденция пополнения словообразовательной парадигмы другими приставочными образованиями из нелитературной сферы языка. Прежде всего, в языке СМИ начинает функционировать глагол *заценить*, синонимичный литературному *оценить* и пришедший в литературную речевую практику из молодежного жаргона: *заценить* – «оценить по достоинству, одобрить» (см.: [Никитина, с. 231; Химик, с. 229]). Глагол *заценить* (по сравнению с глаголом *оценить*) выступает как единица с четкой структурно-смысловой морфемной структурой. В факте появления синонимической замены мы видим проявление тенденции к агглюти-

нативности, которая в семантике производного слова обнаруживается как семантическая расчлененность, когда «с каждой морфемой связывается определенная часть значения слова» [РЯиСО Словообразование, с. 10]. Процесс взаимозамсны наблюдается в группе тех префиксальных глаголов, в составе которых «членимость на морфемы ослабляется» [Земская, с. 50]. Структурно-смысловая стертость чистовидового префикса, способствующая «дефектности» морфемной структуры слова, является причиной возникающей потребности в обновлении, оживлении морфемной делимости за счет яркости префиксальной части производного глагола.

Согласно базе данных «Интегрум» в XXI в. зафиксировано 2 209 употреблений глагола *заценить* в журнальных и газетных изданиях (см.: [Интегрум]). Помещенные в одном синтагматическом ряду глаголы *заценить* и *оценить* в условиях одного контекста позволяют сделать вывод, что у глагола *заценить* может развиваться значение, отличное от глагола *оценить*, «посмотреть что-либо для дальнейшей оценки»:

Зацените результаты голосования по резонансным законопроектам и оцените последовательность коммунистов (Астраханская правда. 2021. 17 июня);

Попробуйте оценить педагогическую тонкость или хотя бы зацените, если оценить не получается: в каждый батончик вкладывается листок со стихами (Калининградская правда. 2001. 20 окт.).

За последние 15 лет появилось еще несколько новых префиксальных глаголов с таким же результативным значением, что и у глагола *оценить*. Это глагол *отценить* (10 употреблений) и единичные употребления глаголов *проценить* и *сценить*, например:

Читатели отценили ситуацию по-разному (Комсомольская правда. 2011. 23 сент.); *Считаю, что картина получилась и зрители ее отценят* (Знамя труда. Сланцы, Ленинградская область. 2020. 25 дек.);

Мы хотели показать обычные будни через танцы, надеюсь, зрители проценили то, что увидели, – объяснила Кристина

с помощью молодежного сленга (Вперед (Батайск). 2013. 27 дек.);
Что остается? Сценить (Коммерсантъ. 2010. 21 окт.).

Факт синонимичного дублирования глагола *оценить* другими приставочными глаголами заслуживает дальнейших наблюдений за функционированием новых единиц.

Библиографические ссылки

Интегрум : поисково-аналитическая система : сайт. URL: <http://integrum.ru> (дата обращения: 05.03.2023).

Земская Е. А. Современный русский язык. Словообразование. Москва : Просвещение, 1973. 304 с.

Никитина Т. Г. Молодежный сленг : толковый словарь. Москва : Астрель, 2003. 910 с.

РЯиСЮ Словообразование – Русский язык и советское общество. Словообразование современного русского литературного языка / под ред. М. В. Панова. Москва : Наука, 1968. 300 с.

ТСРЯ. – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. Москва : Азбуковник, 2008. 1175 с.

Химик В. В. Большой словарь русской разговорной экспрессивной речи. Санкт-Петербург : Норинт, 2004. 762 с.

**ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ СПОСОБЫ
ВЫРАЖЕНИЯ
ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ
В МУЗЫКАЛЬНОЙ МЕДИАКРИТИКЕ:
РЕЦЕНЗИИ НА ТВОРЧЕСТВО ПЕВЦА SHAMAN'А**

Музыкальная медиакритика – разновидность медиатекста, посвященного музыке, у которого есть автор, выражающий свою точку зрения на то или иное явление в рамках данной тематики. Интересным и продуктивным может быть анализ конкретных примеров из этой области текстов с целью выявления духовно-нравственных ценностей, составляющих культурную парадигму современного общества.

Анализируя популярные музыкальные явления, представленные в различных медиаканалах, мы сможем сделать определенные выводы. В том числе и о том, какими лингвостилистическими способами авторы пользуются, чтобы повлиять на адресатов своего сообщения: передать им информацию и указать на образ мышления. Рассмотрим эти способы на примере рецензий, посвященных творчеству популярного певца SHAMAN'а, представленных в Интернете: в печатном виде (автора агентства InterMedia Алексея Мажасва) и в формате видеоблога (создателя YouTube-канала Umanchannel Александра Уманчука). Как отмечает Б. Тошович, в Интернет-текстах воздействие отличается интенсивностью и прямотой, а также усиленным самовыражением (см.: [Тошович, с. 123]).

Выделим духовно-нравственные ценности в текстах на основе тех или иных идеологем (см.: [Клушина, с. 18]), а затем распределим конкретные речевые единицы по группам на основе их отношения к конкретным ценностям, чтобы далее можно было анали-

зировать лингвостилистические способы выражения. Обозначим эти ценности так: патриотизм, талант, искренность (см.: [Панченко, с. 127]), критическое мышление, истина, успех, значимость, культура (или соответствие какому-либо идеалу), самостоятельность.

Приведем примеры конкретных лексических и синтаксических единиц, относящихся к названным ценностям. Патриотизм: *патриотический дискурс; гордится своим происхождением* (А. Мажаев), *транслировать какую-то патриотическую повесточку; нет знака равенства между песнями конкретного артиста и, например, Россией* (А. Уманчук). Искренность (неискренность): *на заказ; по велению души; не за гранты* (А. Мажаев), *я никогда не продавал свое собственное мнение; лицемерие; конъюнктурность* (А. Уманчук). Критическое мышление – имплицитная категория, о которой А. Уманчук говорит открыто (... *для тех людей, для которых критическое мышление это не пустой звук. Для людей, которые ценят последовательность в своих действиях*), а А. Мажаев не упоминает. И так далее.

Два основных способа, которыми могут выражаться духовно-нравственные ценности в текстах, – эксплицитный (явный, с помощью конкретных лексических единиц) и имплицитный (неявный, его можно обнаружить на синтаксическом уровне или при сравнении текстов друг с другом). И ценности, и способы их выражения соответствуют современной антропоцентрической парадигме, для которой характерно внимание к личности и к ее свободе, сочетающейся, однако, с определенными нормами культуры и заключенной в рамки этой культуры.

Библиографические ссылки

Клушина Н. П. Медиастилистика : монография. 2-е изд., стер. Москва : Флинта, 2019. 184 с.

Панченко Н. П. Правда и искренность в экологичной / неэкологичной коммуникации // Научный диалог. 2012. № 12: Филология. С. 124–135.

Тошович Б. Интернет-стилистика : монография. Москва : Флинта : Наука, 2015. 238 с.

КАТЕГОРИИ АКЦЕНТНОСТИ И ОЦЕНКИ В ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕЛЕПРОГРАММАХ

Функциональная семантико-стилистическая категория (ФССК) характеризуется как система лингвистических средств, реализующих определенный категориальный признак текста (группы текстов) некоторого функционального стиля (см.: [Кожина]). Неполный список изученных ФССК включает в себя категории оценки, логичности, диалогичности, гипотетичности, акцентности, экспрессивности, категоричности изложения и др. Указанные категории имеют полевую структуру, то есть составляющие их лингвистические единицы относятся к ядру или периферии ФССК. Кроме того, отмечается, что поля подразделяются на несколько микрополей.

Например, согласно Т. Б. Ивановой, которая подробно описала ФССК акцентности на материале письменных научных текстов, категория акцентности состоит из пяти микрополей: уточнения, усиления, оценки, категоричности / некатегоричности изложения и микрополя активизации внимания читателя (см.: [Иванова]). При этом подчеркивается, что границы как между микрополями, так и между категориями размыты: одни и те же лингвистические единицы могут входить в разные микрополя и ФССК. Так, некоторые оценочные прилагательные и наречия, компаративы, модально-оценочные конструкции соотносятся и с категорией акцентности, и с категорией оценки в текстах научного стиля.

Пересечение ФССК акцентности и оценки выявлено и в нашем исследовании, посвященном категории акцентности в политическом телевизионном дискурсе. ФССК акцентности в креолизованном тексте политического телеэфира не ограничивается языковыми и речевыми акцентуаторами и включает в себя ряд невербальных средств.

В частности, наш анализ показал, что участники политических ток-шоу для выделения наиболее важной с их точки зрения информации регулярно используют языковые (логическое ударение, лексико-семантическое выделение, наречия меры и степени, некоторые модальные частицы, инверсия), речевые (перформативные высказывания, вопросно-ответный ход, некоторые стилистические приемы, особая организация сверхфразовых единств) и невербальные единицы (эмблема «внимание», жестовое ударение, гиперболизированная мимика). Часть перечисленных средств соотносится с категорией оценки.

Например, в ядро ФССК акцентности входит лексико-семантическое выделение, то есть слова и коммуникативные фрагменты, усилительно-выделительная функция которых определяется самой их предметно-логической семантикой (*первостепенный, ключевой, решающий, внимание, подчеркнуть, обратить внимание*). Оценка может выражаться указанными лексическими единицами, а также их сочетанием с наречиями меры и степени (*крайне важно, очень существенный, достаточно серьезный*) или их оформлением превосходной степенью имен прилагательных (*самый главный, важнейший, наиболее существенный*).

К числу речем, реализующих как функцию выделения, так и функцию выражения отношения автора к содержанию речи, относится, например, чужая речь. В анализируемых телепрограммах автор выступления нередко говорит от имени какого-либо политика, «пародируя» его. Так, в высказывании *Она говорила: «Это станет нагрузкой такой, что просто ой-ой-ой...»* прямой речью (в сочетании с междометиями и саркастичной интонацией) выражается отрицательная оценка политической позиции обсуждаемого политика.

Среди невербальных единиц, входящих в ФССК акцентности, оценка в первую очередь выражается мимикой. При этом участники политических ток-шоу нередко подчеркивают свое отношение к обсуждаемой теме яркой, иногда даже «наигранной» мимикой. Кроме того, оценка проявляется и в жестике: например, некоторые эмблематические жесты (изобразить «воздушные кавыч-

ки», воздеть руки к небу, схватиться за голову, положить руку на сердце) отражают авторскую оценку сказанного.

В заключение отметим, что связь категорий оценки и акцентности, описанная на материале научных письменных текстов, подтверждается и на примере политических креолизованных текстов. При этом закономерности распространяются как на вербальные, так и на невербальные единицы.

Библиографические ссылки

Иванова Т. Б. Функциональная семантико-стилистическая категория акцентности в русских научных текстах : дис. ... канд. филол. наук. Пермь, 1988. 202 с.

Кожина М. И. Речеведение. Теория функциональной стилистики. Избранные труды. Москва : Флинта : Наука, 2014. 624 с.

ОПИСАНИЕ ХАГРИДА В ПЕРВОЙ КНИГЕ О ГАРРИ ПОТТЕРЕ: ОПЫТ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА МЕТАФОР

Любой художественный текст передаст мировосприятие автора (см.: [Трунова О. В., Трунова Н. В., с. 197]). Авторская индивидуальная картина мира в художественной речи воплощается при помощи «целенаправленно отобранных в соответствии с замыслом автора языковых средств» [Новикова, с. 118]. Таковыми являются, в частности, метафоры и другие тропы (см.: [Купина, Матвеева, с. 85–96]). Индивидуально-авторское восприятие действительности, «сгущенное» (А. А. Потебня), «пропущенное» через лексико-стилистические приемы, делает перевод художественных текстов на другой язык трудной, зачастую неразрешимой задачей для автоматизированных систем перевода.

Для исследования были отобраны метафоры из 4-й главы романа «Гарри Поттер и философский камень», связанные с изображением внешности и характера Хагрида. Фрагменты, содержащие троп, загружались в несколько систем: Яндекс.Переводчик, Google Translate и PROMT.One – и сопоставлялись с оригиналом.

Рубеус Хагрид представляется в романе огромным бородатым волшебником с пугающей внешностью, но доброй душой. Он привязался к малышу Гарри еще в детстве. Отношение к мальчику контрастирует с отношением Хагрида к Дурслям (дяде, тете и кузене Гарри).

Оригинал: *'Yer great puddin' of a son don' need fattenin' any more, Dursley. don' worry* [Rowling, p. 41].

Яндекс.Переводчик: *Твоего замечательного пудинг-сына больше не нужно откармливать, Дурсли. не волнуйся.*

Google Translate: *Твоего великого пудина-сына больше не нужно откармливать, Дурслей, не волнуйся.*

PROMT.One: *Великий пуддин сына больше не нуждается в фаттенине, Дурсли, не волнуйся.*

Метафора *puddin' of a son* представляет собой скрытое сравнение Дадли, сына Дурслей, с пудингом. Перевод таких метафор в большинстве случаев вызывает трудности у нейронных сетей, поскольку художественная метафора внесистемна, уникальна, она отражает «специфику образного мышления отдельного человека» [Копнина, с. 309]. В данном случае лишь вариант Яндекс.Переводчика можно считать приближением к истине (ср. подстрочник: *Твоего здоровенного сына, <и так жирного.> похожего на пудинг, больше не нужно откармливать, Дурслей, не волнуйся*). Две другие системы не распознали лексему *пудинг* (усечение *puddin'* отражает разговорное произношение), а PROMT.One еще и перестроил фразу так, что *пудинг* оказался принадлежащим *сыну*.

Сопоставительный анализ контекстов показал, что из трех систем именно Яндекс.Переводчику наиболее удастся «почувствовать» метафоры.

Библиографические ссылки

Копнина Г. А. Метафора // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск : Сиб. федер. ун-т. 2014. С. 308–310.

Купина Н. А., Матвеева Т. В. Стилистика современного русского языка. Москва : Юрайт, 2015. 415 с.

Новикова М. Л. Аксиология художественного пространства сквозь призму геоэтики // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2017. Т. 8, № 1. С. 115–123.

Трунова О. В., Трунова Н. В. Художественный текст как проекция аксиологического мироосмысления // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : тез. докл. Междунар. науч. конф. Екатеринбург : Ажур. 2019. С. 197–198.

Rowling J. K. *Harry Potter and the Philosopher's Stone*. London : Bloomsbury, 2004. 223 p.

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ЗНАКОВ В ПРОЗЕ НИКОЛАЯ ВЕРЗАКОВА

Особую роль в сохранении и укреплении культурного наследия играют прецедентные тексты – «культурные знаки текста, отсылающие адресата к другим текстам национального или мирового фонда» [Матвеева, с. 337]. «Прецедентными чаще всего становятся названия литературно-художественных произведений, имена авторов и персонажей, общеизвестные цитаты, имена государственных деятелей, ученых... малые жанры фольклора – прежде всего пословицы, поговорки, загадки» [Купина, с. 232].

Выделим прецедентные знаки, реализованные в рассказах и повестях уральского писателя Николая Верзакова (см.: [Верзаков]).

Имена государственных деятелей, ученых, мыслителей, писателей, святых: ... он (народ) шел за *Македонским, Чингисханом, Наполеоном...* (с. 24); Царь *Иван Грозный* убивает сына. Великий гнев обрушивает *Петр* на царевича *Алексея...* (с. 64); *Альберт Эйнштейн* в свое время не мог усвоить таблицы умножения (с. 26); *Продукт мысли Авиценны, Платона, Канта, Карлейля, Фурье, Прудона, Фейербаха, Ницше, Гегеля, Маркса, Ленина, Бердяева...* (с. 26); *У Дэйсека Лондона* беспризорный не платит в ресторане, чтобы просидеть всю зиму в тюрьме (с. 45); *У Лермонтова* в одном месте сказано... (с. 45); *В непогоду вальдишней глухо сидит* об этом говорит вся классика, от *Тургенева* и *Аксакова* (с. 87); *Кочегар* глядел, как коробило великомучеников, как трескался грунт под *Николаем Чудотворцем*, вслучивался волдырями лак на лице *Иоанна Златоуста* (с. 74).

Малые жанры фольклора: *Воды вовсе не требовалось, но по народной примете считалось, если навстречу попадет*

баба с полными ведрами – жди удачи и исполнения желаний... (с. 21); *Сергей Петрович, плохо веря в рассказ, обошел дачу и хотел посмеяться: слепой-то, мол, курице. все пшеница...* (с. 33); *Пуганая ворона, известно, куста боится* (с. 40); *Заладила сорока про Якова: печень, печень* (с. 53); *Как ни вертела жизнь... как ни жучили все будто с гуся вода* (с. 56); *В семье, видно, не ладно, иначе отчего ж здоровому мужику задумываться? Конечно, чужая душа потемки* (с. 78).

Особо следует выделить три разряда географических названий, являющихся прецедентными для жителей Южного Урала: ойконимы, оронимы и гидронимы (см.: [Подольская, с. 46, 93, 104]).

Ойконимы: *С этой книгой («Капля души») Вам, наверняка, по-новому откроется знакомый писатель Златоуста* (с. 5); *Завтра в Рябиновке глухаря возьму...* (с. 53); *По дороге в село Воздвиженское шла девушка с котомкой* (с. 75); *Наверное, из Конейска приедут, давно не были, лет пять...* (с. 82).

Оронимы: *Солнце кануло за Уреньгу...* (с. 52); *...пейзаж с Двуглавой сопкой взят с давних, еще доперестроечных времен...* (с. 76); *Посмотри на Косотур, видишь – в небе над ним парят птицы?* (с. 371); *Край над Александровской сопкой высветился...* (с. 428).

Гидронимы: *Там, внизу, был не видимый мне отчий дом, милая Березовка...* (с. 8); *Я ловил пескарей на Ae...* (с. 51); *Однажды я увидел его на речке Каменке...* (с. 138).

Библиографические ссылки

- Верзаков П. В. Капля души. Златоуст : [б. и.], 2002. 447 с.
- Купина Н. А. Прецедентный фонд русской культуры и языковая личность школьника // Филологический класс. 2021. № 4. С. 230–240.
- Матвеева Т. В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов-на-Дону : Феникс. 2010. 562 с.
- Подольская Н. В. Словарь русской ономастической терминологии. Москва : Наука, 1978. 199 с.

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕЛИГИОЗНЫХ ПРОПОВЕДЕЙ

Оценочная деятельность человека и оценка как ее результат базируются на интерпретативной деятельности сознания, представляя собой ментальный процесс, заключающийся в сравнении предметов, сопоставлении их свойств относительно имеющихся норм, стереотипов и ценностных установок, то есть могут квалифицироваться как специфическая разновидность познавательной / когнитивной деятельности человека (см.: [Солодилова, Шепеля, с. 173]).

Религиозное сознание можно назвать одним из наиболее значимых факторов формирования национального характера, поскольку оно является одной из самых ранних форм общественного сознания и содержит в себе его онтологически, аксиологически и этически важные смыслы.

В философии, теории познания, науковедении и аксиологии *оценка*, или *аксиологический аспект познания*, понимается как особый план интеллектуально-духовной деятельности человека, связанный с такими его действиями, которые направлены на «осознание *ценности* исследуемого объекта по отношению либо к самому субъекту, либо к другим объектам. Речь идет об осуществляемой в креативном мышлении ценностной ориентации субъекта в системе других ценностей» [Данилевская, с. 130–131]. Здесь для нас особенно важной является мысль об осознании ценности в ряду других ценностей. На этом и основана оценивающая деятельность человека. Этот же процесс оценивания лежит в основе религиозной проповеднической речи, причем как в основе рече-

мыследеятельности говорящего (автора), так и в основе речемыследеятельности воспринимающего.

Иначе говоря, и проповедник, и адресат в процессе речевого взаимодействия совершают акт *оценивания*: адресат оценивает слова и мысли проповедника, примеряя их к себе и на себя; проповедник же оценивает, во-первых, содержание своей речи (в смысле, что сказать), во-вторых, построение своей речи (как сказать), в-третьих, свое отношение к содержанию речи (по отношению к чему-кому и как выразить оценку). Следовательно, язык проповеди *насквозь оценочен*.

Цель и задача религиозной проповеди – привести прихожанина к вере и Богу, что достигается, кроме всего прочего, посредством изменения картины мира слушателей / читателей путем попытки проповедника встроить в эту картину мира некоторый комплекс нравственных и морально-этических ценностей. Отсюда понятны роль и место оценки в текстах проповеди: формирование нравственных или каких-либо иных ценностей в сознании адресата невозможно без намеренного выражения автором речи тех или иных оценочных смыслов по отношению к предмету речи.

В целом проповеди имеют «евангельское содержание, которое должно быть жизненным, сильным, веским, назидательным», а проповедник при этом должен «преподать слушателям в высшей степени серьезные, глубокие истины жизни» [Сперджен]. Иными словами, задачей проповедника является квалификация явлений действительности с позиции христианского вероучения, что чаще всего осуществляется с использованием специальной лексики, не характерной для светской коммуникации: *греховно, безнравственно, аморально / праведно, законно / согласно Закону Божьему / папий, возвысившийся* и пр. При этом поскольку точкой отсчета в религиозной коммуникации является Бог, оценка объекта производится на «предмет его соответствия» истине, которая «понимается не как соответствие действительности, а как совпадение с Абсолютом, знание о котором зафиксировано в сакральном тексте» [Кожемякин]. Именно поэтому в проповеди оценка связана прежде всего с духовной сферой жизни человека.

Библиографические ссылки

Данилевская Н. В. Роль оценки в механизме развертывания научного текста. Пермь : Изд-во Перм. ун-та, 2005. 145 с.

Кожмякин Е. А. Религиозный дискурс: методология исследования // *НОМОТНЕТИКА: Философия. Социология. Право.* 2011. № 2. С. 97. Электрон. версия. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reliioznum-diskurs-metodologiya-issledovaniya> (дата обращения: 13.03.2023).

Солодилова И. А., Шепеля И. В. Оценочность и эмотивность в семантике слова // *Вестник Оренбургского государственного университета.* 2015. № 11 (186). С. 172–178.

Сперджен Ч. Добрые советы проповедникам Евангелия // *Библия онлайн : сайт.* URL: <http://www.bible.by/lib/book/spurgcon/good-advice> (дата обращения: 13.03.2023).

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ МАССМЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ ОБ ОБРАЗОВАНИИ

Целью проведенной нами работы является характеристика оценочных языковых средств в англоязычном массмедийном дискурсе об образовании на основе анализа ключевых слов с использованием средств автоматической обработки текста.

Процедура анализа демонстрируется на материале текста выступления сэра Кена Робинсона, английского ученого, одного из ведущих специалистов в области образования, в рамках официальной конференции TED в 2006 г. (см.: [Robinson]), поскольку это выступление собрало наибольшее количество просмотров (74 млн по данным сайта TED на март 2023 г.) среди роликов по теме «Образование» на официальном сайте проекта TED (см.: [The Library of TED talks]) и, следовательно, потенциально имеет важное значение в рамках дискурса об образовании.

На первом этапе работы текст выступления был проанализирован с помощью программы AntConc (см.: [Anthony]), что позволило выявить в нем ключевые слова на основе сравнения со справочным корпусом. В качестве последнего был выбран BE06 Corpus (см.: [Baker]), поскольку оратор является британцем, а данный корпус составлен на основе британского варианта современного английского языка. На втором этапе осуществлялся анализ выявленных ключевых слов с качественной точки зрения: языковые средства оценки были исследованы с использованием модели оценки Дж. Мартина и П. Уайта (см.: [Martin, White]). Данная модель оценки выбрана нами исходя из того, что изначально она была разработана для изучения материалов на английском языке и получила

широкое распространение, в том числе для работы с текстами на других языках.

Результаты проведенной нами работы показывают, что сочетание количественных и качественных методов анализа текста позволяет получить верифицируемые данные о языковых способах выражения оценки.

Библиографические ссылки

Anthony L. AntConc (Version 4.0.10) (Computer Software). Tokyo, Japan : Waseda University, 2022 // Laurence Anthony's site. URL: <https://www.laurenceanthony.net/software> (date of request: 01.03.2023).

Baker P. The BE06 Corpus of British English and recent language change // International Journal of Corpus Linguistics. 2009. Vol. 14, nr 3. P. 312–337.

Martin J. R., White P. R. R. The Language of Evaluation: Appraisal in English. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2005. 278 p.

Robinson K. Do schools kill creativity? // TED : site, 2006. URL: https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity (date of request: 01.03.2023).

The Library of TED talks // TED : site, 2023. URL: <https://www.ted.com/talks?sort=popular&topics%5B%5D=education> (date of request: 01.03.2023).

ФЕМИНИТИВ – ЭТО ЗВУЧИТ ГОРДО? **(Об отношении к гендерно маркированному слову в современной речевой практике)**

Феминитив – активно обсуждаемый термин в современном русском языке, обозначающий лексическую единицу, которая называет женщину по профессии или социальной принадлежности и образуется от соответствующего существительного мужского рода. Гендерная асимметрия исторически характерна для русского языка: существительные мужского рода могут употребляться для обозначения лиц любого пола, и не для каждого существительного мужского рода есть лексическая пара женского рода. Активизация интереса к гендерным исследованиям послужила толчком к образованию в современном русском языке новых феминитивов типа *авторка, блогерка*, которые вызывают неоднозначное оценочное отношение у носителей языка.

Целью доклада является освещение оценочной реакции женской части современного сообщества на тенденцию активного распространения феминитивов в русскоязычном пространстве. Для выполнения поставленной задачи была составлена анкета, которую заполнили 47 респондентов, студентов первого курса филологического факультета УрФУ.

Анкета состояла из шести вопросов.

1. Как обычно Вы подписываете свою работу (реферат, доклад и т. д.)? а) *студент* группы; б) *студентка* группы.

2. Какой ряд феминитивов для Вас предпочтителен? а) *авторка, блогерка, фотографка*; б) *авторша, блогерша, фотографша*. Почему?

3. Как часто в повседневной жизни Вы используете феминитивы? а) постоянно; б) иногда (бывает, что отдаю предпочтение словам мужского рода); в) редко; г) не использую.

4. В каких ситуациях, по Вашему мнению, использование феминитивов некорректно / неуместно?

5. Приемлемо ли для Вас использование феминитивов по отношению к себе? а) да; б) в некоторых ситуациях; в) нет. Если нет, то почему?

6. Каких слов со значением женскости не хватает, по Вашему мнению, в русском языке?

Анализ полученных результатов показал, что поле феминитивов русского языка и отношение к ним не статично, а динамично. Свыше 70 процентов опрошенных свои работы подписывают феминитивом *студентка*, хотя по нормам официально-делового стиля русского литературного языка предпочтительно употребление существительного мужского рода. Половина респондентов предпочитает традиционные для языка образования с суффиксом *-и(а)*. Суффикс *-к(а)* непривычен для слуха, поэтому вызывает отторжение.

На постоянной основе феминитивы используют 25,5 % опрошенных; 44,7 % предпочитают использовать слова со значением женскости не так часто, отдавая иногда предпочтение словам мужского рода; 17 % респондентов вообще не используют феминитивы.

Некорректным использование феминитивов опрошенные считают в следующих случаях:

- если женщина / девушка просит не употреблять феминитивы по отношению к себе;
- в официально-деловом стиле;
- в тех сферах, где феминитивы не приобрели привычный нейтральный характер (например, *повариха, врачиха*);
- когда феминитивные единицы звучат непривычно, непонятно и неприятно;
- когда не приемлемы окказиональные слова;
- при обращении к старшему поколению.

В докладе также будут проанализированы ответы на заключительные вопросы предложенной анкеты.

ОЦЕНКА В СТРУКТУРЕ НАУЧНОГО ДИАЛОГА

Объясняющая сила науки воплощается в речевых произведениях, и иного пути для социализации научного знания не существует.

По мнению М. Н. Кожиной и соавторов, «необходимо различать, с одной стороны, характер и “путь” мышления в самом процессе научного познания и, с другой, – воплощение результатов мышления в текстах научных сочинений. В текстах появляются дополнительные, по сравнению с исследовательским этапом, чисто “оформительские”, коммуникативные задачи... а в целом – учет адресата» [Кожина, Дускаева, Салимовский, с. 290]. Ориентация автора на воспринимающее сознание Другого выступает в качестве одного из основных механизмов текстопорождения в научном стиле: процессе вербализации нового научного знания осуществляется в строгом соответствии с общими (отвлеченно-обобщенностью и подчеркнутой логичностью изложения) и частными (точностью, объективностью изложения, его некатегоричностью) особенностями научной речи, однако фокусом самого принципа вербализации является диалогичность как обязательный учет специфики восприятия и понимания сложного научного содержания предполагаемым читателем. Именно диалогичность «дирижирует» всем процессом изложения, определяет, дозирует, направляет распределение в пространстве текста единиц, репрезентирующих обобщенность, логичность, точность, объективность и т. п., реализующих именно научный тип изложения.

В коммуникативной ситуации трансляции в социум нового научного знания диалогичность во многом реализуется посредством интеллектуальной экспрессии, что в речевой системности конкретного произведения предстает в виде единства (множества)

оценочных познавательных действий, направленных на наиболее точное, по мнению автора, выражение научной концепции. Вплетая в речевую системность текста интеллектуальную экспрессию, автор добивается, кроме того, и наибольшей понятности изложения для читателя. При восприятии содержания текста в таких случаях создается ощущение «эмоционально цепляющего» изложения. Понимая всю сложность научного общения, автор выстраивает его таким образом, чтобы читатель «видел» психологическую напряженность отражаемого в тексте научного познания. Ср.:

Не подлежит сомнению, что так, как нам бывает дано нечто в непосредственном переживании, оно никаким иным способом дано нам быть не может. Ни из какого описания, как бы ярко оно ни было, слепой не познает красочности мира, а глухой – музыкальности его звучаний так, как если бы он их непосредственно воспринял; никакой психологический трактат не заменит человеку, самому не испытавшему любви, увлечения борьбы и радости творчества, того, что он испытал бы, если бы сам их пережил. Мне мои переживания даны иначе, как бы в иной перспективе, чем они даны другому. Переживания, мысли, чувства субъекта – это его мысли, его чувства; это его переживания – кусок его собственной жизни, в плоти и крови его [Рубинштейн, с. 19].

В приведенном фрагменте текста автор использует весьма обширный комплекс средств усиления выразительности: ряды однородных членов, инверсию, усилительные частицы, отрицательные конструкции, актуализированное противопоставление, лексические повторы, устойчивые сочетания и отдельные лексемы разговорного характера (см. выделенное полужирным шрифтом). Все это особым образом организует речевую системность произведения: кроме строгой логичности и объективности изложение характеризуется яркой, даже нарочитой оценочностью.

Оценка, несмотря на субъективированный характер, принимает непосредственное участие в формировании нового научного знания и концептуального смысла всего текста, активизируя ментальные действия, ориентируя их протекание в определенном

направлении и объединяя рамки общего эмоционально-экспрессивного ракурса рассмотрения предмета. Начало понимания смысла лежит в сфере аффекта, и только проходя через эту сферу, понимание оказывается достоянием интеллекта. Не случайно А. В. Кинцель говорит о наличии в любом тексте своей эмоционально-экспрессивной доминанты, «выступающей единственным представителем процессов мотивации», репрезентированной в тексте различными языковыми средствами и выполняющей в нем функцию «текстообразующего фактора» (см.: [Кинцель, с. 36–42]).

Библиографические ссылки

Кинцель А. В. Психолингвистическое исследование эмоционально-смысловой доминанты как текстообразующего фактора. Барнаул : Изд-во Алтайс. гос. ун-та, 2000. 151 с.

Кожина Н. М., Дускаева Л. Р., Салимовский В. А. Стилистика русского языка. Москва : Флинта : Наука, 2008. 464 с.

Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 720 с.

УСТОЙЧИВОЕ ВЫРАЖЕНИЕ КАК ДОШЛА ДО ЖИЗНИ ТАКОЙ В РЕЧЕЖАНРОВОМ АСПЕКТЕ

Описание речевого жанра как типизированного высказывания предполагает фиксацию речевых формул, которые при названных условиях становятся выразителями узнаваемой интенции. Например, за формулой *не советую* закреплены интенции предостережения, несогласия с высказанными адресатом намерениями.

В этикетке сами речевые формулы могут стать языковым воплощением жанра, что удачно учтено в «Словаре русского речевого этикета» А. Г. Балакая (см.: [Балакай]). Слова и выражения, помещенные в словарь, даны в тематическом указателе в следующей ситуативной группировке: 1) приветствие и ответы на приветствие; 2) обращения, привлечение внимания и ответы на вопросительные обращения; 3) знакомство; 4) императив и согласие выполнить действие или отказ; 5) благодарность и ответы на благодарность; 6) извинение и ответы на извинение; 7) пожелания, поздравления, обсерги, ответы на пожелания и поздравления; 8) похвала и ответы на похвалу, а также интенсификаторы вежливости; 9) соболезнование, утешение, ободрение; 10) прощание.

Вполне естественно, что при таком подходе проясняется и аксиологическая составляющая речевой формулы, которая фиксируется в пометах и в дефинициях: «*Ай же ребята! Прост. Шутл. двусмысленная похвала*» [Балакай, с. 29].

Крылатые слова и выражения употребляются, конечно, более вариативно, но некоторые из них могут быть рассмотрены с позиций речежанрового и аксиологического комментирования. Так, А. И. Дунев в словаре «Цикады цитат...» характеризует устойчивое

выражение «А Васька слушает да ест» как замечание из басни И. А. Крылова и дает речежанровые рекомендации: «Используется в качестве упрёка тому, кто тратит усилия на обличение и уговоры напрасно, или тому, кто не слушает замечаний» [Дунев, с. 9].

Устойчивое выражение *Как дошла ты до жизни такой* в словаре крылатых слов Н. С. Ашукина и М. Г. Ашукиной охарактеризовано только по источнику: «Цитата из стихотворения Н. А. Некрасова “Убогая и нарядная” (1857)» [Ашукин, Ашукина, с. 155].

Собранные по данным Национального корпуса русского языка контексты показывают, что устойчивое выражение / вопрос *Как дошел / дошла* или *докатился / докатилась до жизни такой* в XX–XXI вв. становится речевой формулой призыва к откровенности при нарушении конвенций откровенного разговора:

– разрушается концепция равноправия коммуникантов в ситуации откровенности (вопрос сверху вниз, отчасти требующий признания вины и раскаяния);

– формируется тональность принуждения к откровенности;

– устраняется параметр неразглашения полученной информации (в советской культуре приведенные высказывания стали формулами обсуждения персонального дела на собрании).

Библиографические ссылки

Ашукин Н. С., Ашукина М. Г. Крылатые слова: литературные цитаты, образные выражения. Москва : Худож. лит., 1988. 528 с.

Балакай А. П. Словарь русского речевого этикета. Москва : Астрель ; АСТ : Хранитель, 2007. 767 с.

Дунев А. И. Циклады цитат. Цитатный минимум школьника. Словарь-справочник. Санкт-Петербург : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2022. 150 с.

К ВОПРОСУ О ТИПОЛОГИИ ОЦЕНОЧНЫХ НАРЕЧИЙ ОБРАЗА ДЕЙСТВИЯ

Наречия образа действия – самое многочисленное подмножество адвербиальной лексики, характеризующееся разнообразием семантики и синтаксической полифункциональностью. Изучение семантических особенностей данных наречий в различных сферах общения (научной, деловой, обиходно-бытовой, художественной и медийной) показало, что почти половина из них (41,3 %) используется субъектом для выражения оценочных характеристик предметов, явлений, качеств человека.

Опираясь на работы Н. Д. Арутюновой и Е. М. Вольф (см.: [Арутюнова; Вольф]) и собственные наблюдения, мы выявили, что аксиологические наречия образа действия можно объединить в лексико-семантические группы, которые репрезентируют следующие виды оценок: общие (*прекрасно, отвратительно*), нормативные (*нормально, страшно; полноценно, неполноценно; законно, нелегитимно*), телсологические (*целесообразно, неуместно*), утилитарные (*полезно, непрактично*), интеллектуальные (*изобретательно, остроумно, невежественно*), этические (*аморально, гуманно*), эстетические (*обворожительно, уродливо, филигранно*), социально-психологические (*инициативно, раскрепощенно, капризно, застенчиво*), сенсорные: аудиовизуальные (*благозвучно, негармонично, отчетливо, неразборчиво*), вкусовые (*лакомо, безвкусно, пикантно*), обонятельные (*ароматно, смрадно*), а также значимостные, или валюативные (*эффективно, успешно, бесплодно*). Внутри каждой группы можно выделить также целый ряд подгрупп.

Проведенное нами исследование показало: из числа аксиологических наречий образа действия наиболее распространенными

являются адverbиальные единицы, выражающие общие и нормативные оценки. С помощью первых субъект речи может оценивать практически любые предметы и явления действительности; широкое распространение вторых объясняется тем, что понятие «норма» лежит в основе базовых представлений человека о мире. В каждой сфере коммуникации преобладает свой вид оценок, репрезентируемых наречиями (в деловой сфере – оценки нормативные, в научной речи – валюативные, в обиходно-бытовой – общие и т. д.), что определяется тематикой, условиями, целями и задачами общения, характером отношений между адресантом и адресатом, доминантными чертами той или иной сферы общения. Так, в деловой речи преобладают нормативные оценки, поскольку отношения между индивидом и обществом определяются социальными и юридическими нормами, что находит отражение в речи. Кроме того, существенными характеристиками деловой коммуникации являются точность и объективность передачи информации. В обиходном же общении наиболее употребительными оказываются наречия, выражающие общие положительные или отрицательные оценки. Они помогают говорящему и охарактеризовать максимально широкий круг явлений, и успешно экономить речевые усилия, а экспрессивность, эмоциональность и диффузность таких оценок не противоречат конституирующим характеристикам данной сферы коммуникации.

Библиографические ссылки

Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт. Москва : Наука, 1988. 339 с.

Вольф Е. М. Функциональная семантика оценки. Москва : Едиториал УРСС, 2002. 280 с.

«РАССКАЗ СТАРОЙ БАЛАЛАЙКИ» ЕВГЕНИЯ ШВАРЦА В АСПЕКТЕ СТИЛЯ И ЦЕННОСТНЫХ АКЦЕНТОВ

«Рассказ старой балалайки» знаменитого советского драматурга и сказочника Е. Л. Шварца относится к числу его малоизвестных произведений, однако требует серьезного литературоведческого внимания в аспекте становления авторского стиля и основных смысловых мотивов. Опубликованный впервые в журнале «Воробей» (1924), в письме М. Слонимскому он назван *сказкой* (см.: [Биневич, с. 148]) и обладает формой расшного стиха.

Отдельных исследований по расшному стиху Шварца до сих пор не обнаруживается, и тем важнее развить данную тему, анализируя суть поисков жанра и стиля молодым автором. Н. Чуковский отмечал: «В эти годы Шварц пристрастился к расшнику. В каждый номер “Чижа” и “Ежа” давал он новый расшник, – веселый, свободный, естественный, без того отпечатка фальшивой простонародности, который обычно лежит на расшниках» [Чуковский, с. 13].

Безусловно, к «фальшивой простонародности» невозможно отнести самое знаменитое авторское произведение в этой форме – пушкинскую «Сказку о попе и работнике его Балде» (см.: [Шарапова, с. 88]), но Чуковский, видимо, подразумевал более близкий по времени контекст, к тому же в начале XX в. эта фольклорная форма обрела «новое рождение». Яркими примерами могут служить «Шарики детские» (1910) И. Анненского и «Царь Максимилиан» (1919) А. Ремизова, которые также нельзя считать «фальшивыми».

Незадолго до начала творческих проб Шварца в Петрограде выходит работа А. Лейферта «Балаганы» (1922) с предисловием А. Бенуа, что свидетельствует о поисках «истоков» новых форм

театральности. В авторской литературе той эпохи раешник знаменовал не только «демократизацию» стиля, но и вполне конкретную фольклорную сферу – ярмарочно-балаганную.

Таким образом, «сценичная» направленность литературных проб Шварца должна учитываться при анализе их формы. По сути, балалайка произносит монолог, обращаясь к неким слушателям. Это, на первый взгляд, единственный признак «сказочности» произведения, однако невероятное спасение младенца, чуть не ставшего жертвой наводнения, близко к сказочному исходу, чему способствует и расшная стилистика.

Благополучный финал можно объяснить потенциальной детской аудиторией, однако, скорее всего, для Шварца он представлял особую ценность. Заслуживает внимания сам сюжет, который «зеркально» перекликается с «Медным всадником», воспроизводя те же события 1824 г. и повторяя некоторые мотивы поэмы, так что гипотетически историю можно воспринять как наивный «спор» молодого автора с трагическим сюжетом Пушкина.

Подтверждением тому служит схожий «спор», который Шварц воспроизводит в дневниках: речь идет об отношении его дочери Наташи к «Сказке о мертвой царевне и семи богатырях» (см.: [Шварц, 1990, с. 398]). И хотя писатель утверждал, что «улучшенис» финала его дочь придумала самостоятельно, контекст демонстрирует собственную тягу Шварца к более счастливому исходу. Эмилия в «Обыкновенном чуде» говорит: «Стыдно убивать героев для того, чтобы растрогать холодных и расшевелить равнодушных. Терпеть я этого не могу» [Шварц, 2010, с. 341].

Можно предположить, что фольклорная условность раешника позволила Шварцу придать трагическим событиям 1824 г. более оптимистическое звучание.

Библиографические ссылки

Битевич Е. Л. Евгений Шварц. Хроника жизни. Санкт-Петербург : ДНК : Петрополис. 2008. 635 с.

Чуковский Н. К. Высокое слово писатель // Шварц Е. Л. Собрание сочинений. В 5 томах. Том 1. Москва : Книжный Клуб Книгвек, 2010. С. 5–22.

Шарапова Л. А. Стих «Сказки о попе и о работнике его Балде» // Пушкин : Исследования и материалы. Т. 13. Ленинград : Наука. Ленингр. отделение, 1989. С. 88–102.

Шварц Е. Л. Живу беспокойно... : Из дневников. Ленинград : Сов. писатель. Ленингр. отделение, 1990. 749 с.

Шварц Е. Л. Собрание сочинений. В 5 томах. Том 1. Москва : Книжный Клуб Книговек, 2010. 426 с.

СЮЖЕТ
«ВОСКРЕШЕНИЯ С СОШЕСТВИЕМ ВО АД»
В ПОВЕСТИ Н. С. ЛЕСКОВА
«ОЧАРОВАННЫЙ СТРАННИК»

В подходе к повести Лескова «Очарованный странник» нас будет интересовать ценностный аспект одной сюжетной ситуации, а именно – убийства главным героем Иваном Флягиным цыганки Груши, а также система мотивировок данного деяния. Отмеченный сюжет испытания души главного героя ставит вопрос о смертном грехе и спасении, ради которого человек (и в этом состоит парадокс христианской точки зрения) идет на преступление.

Показательно, что последняя, судьбоносная, встреча Ивана Флягина с цыганкой Грушей происходит, когда герой сотворил в уме молитву. По просьбе своей «милой сестры» Груши Флягин клянется спасением своей души. «Ты, – говорит [Груша, обращаясь к своему названому брату], – поживешь, ты Богу отмолишь и за мою душу и за свою, не погуби же меня, чтобы я на себя руку подняла...» [Лесков, т. 2, с. 322]. В дискурсе самого героя история убийства Груши и ее последствия получают следующее объяснение: «... Думаю только одно, что Грушина душа теперь погибшая и моя обязанность за нее отстрадать и ее из ада выручить» [Там же, с. 323]. В этой фразе следует отметить сразу же два знаменательных мотива, получающих свое адекватное объяснение лишь в контексте христианской аксиологии.

Во-первых, мотив страдания за другого человека (брата, сестру или совершенно незнакомого, дальнего): вспомним, что герой идет в солдаты за Петра Сердюкова, а вырученные деньги (25 рублей) отдает в бедный монастырь как вклад за Грушину душу. И позднее,

когда он участвует в смертельно опасном военном деле, пытаюсь кровью смыть смертный грех со своей души, а также, будучи уже монахом, высказывает искреннее желание: «Мне за народ очень помереть хочется» [Лесков, т. 2, с. 336]. Во-вторых, это мотив выведения из ада грешной души – силою молитвы и христианской жертвенностью.

В связи с этим следует вспомнить знаменательный рассказ Лескова «Сошествие во ад», который выстраивается с опорой на апокрифическое сказание: «Этого, конечно, нет в канонических книгах, и верить этому ни для кого не обязательно, но все-таки это живет в народе и сохраняется в иконописи, и потому это интересно» [Лесков, т. 12, с. 346]. Более того, пытаюсь как-то объяснить апокрифический сюжет («откуда все это взято?»), Лесков находит следующее объяснение: «А взято все это ни больше, ни меньше как с показания “очевидцев”, которые самолично были в аду в ту ночь, когда туда приходил воскресший Христос...» [Там же]. Значит, для писателя отмеченный апокрифический сюжет – несомненно духовная подлинность, истинная правда.

Именно такая вера в силу апокрифа и стоящую за ним духовную реальность «воскресения с сошествием во ад», сохраняющаяся в недрах народного сознания, руководит Иваном Флягиным в системе его поступков – поистине драматическом духовно-нравственном выборе и пресодолении его духовно-религиозных последствий.

Библиографическая ссылка

Лесков Н. С. Собрание сочинений. В 12 томах. Москва : Правда, 1989.

О. В. Ильина, В. А. Бекназар-Юзбашева
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ОЦЕНОЧНЫЕ НОМИНАЦИИ КАК СРЕДСТВО КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕАЛЬНОСТИ В СМИ

СМИ отбирают события, персонажей, проблемы, а затем объясняют отобранную информацию своей аудитории. В результате в сознании аудитории формируется картина мира, «профильтрованная» через СМИ. Социальная оценочность медиатекста становится одним из важных факторов конструирования медиареальности. Покажем, какую роль играют оценочные номинации в конструировании медиасобытия на примере публикаций, посвященных годовщине захвата театра на Дубровке (17 и 20 лет со дня теракта).

Все СМИ используют по отношению к произошедшему в театре прямые первичные номинации: *террористический акт*, *теракт на Дубровке*, *теракт «Норд-Ост»*.

В материале интернет-издания Lenta.ru мы видим экспрессивные вторичные номинации, которые воздействуют на эмоции читателей: *страшный теракт*, *один из самых страшных терактов в истории современной России*, *кровавая акция*, *роковой день*, *трагическая ситуация* (Мы пришли сюда умереть. 2022. 24 окт.). Данные номинации передают авторскую оценку события: теракт стал не только страшным для истории России, но и роковым в личной истории семей заложников, активистов и переговорщиков. Штурм здания конструируется не как геройство спецназа и победа российской власти, а как вынужденная мера во благо спасения людей. Причина трагического результата штурма не в использовании опасного вещества и не в поспешных решениях властей, а в халатности врачей. *Наши офицеры идеально сделали свою работу. Полагаю, что случившееся с людьми дальше это проблема*

нашей медицины. То, что медики не смогли спасти 130 заложников, – это огромная **трагедия** (Мы пришли сюда умереть. 2022. 24 окт.). Действия врачей получают отрицательную оценку, а действия спецслужб – положительную.

В тексте интернет-портала «Радио Свобода»* (Выжившие требуют правосудия. 2022. 24 окт.) меньшее разнообразие вторичных номинаций захвата театра и последовавшего за ним штурма: *крупнейший теракт, спецоперация*. Акцент делается на результате штурма, который оказался страшнее угроз террористов: *не от пуля, а в результате воздействия неизвестного вещества, плохой организации эвакуации людей и неоказания им медицинской помощи погибли 125 человек из числа заложников*. Отрицательную оценку получают власти, по вине которых пострадали и до сих пор страдают люди.

Интернет-портал «Царьград» тоже использует оценочные вторичные номинации: *один из самых страшных террористических актов в истории России, роковой вечер, чудовищный акт терроризма, трагическое событие* (Теракт на Дубровке: истории выживших и подвиги погибших 17 лет спустя. 2019. 23 окт.). В тексте произошедшее на Дубровке подано через истории очевидцев теракта и заложников, но это не истории людей, чье здоровье серьезно пострадало из-за штурма, а истории тех, кто нашел силы жить дальше и смог стереть из памяти плохие ассоциации с «Норд-Остом». *Операция на Дубровке была проведена на высоком профессиональном уровне, а спецслужбы действовали грамотно* (Там же), – такую реальность конструирует «Царьград».

* СМИ, получившее в Российской Федерации статус иностранного агента.

О ЧЕМ РЕКОМЕНДУЕТСЯ МОЛИТЬСЯ ПРАВОСЛАВНЫМ **(на материале личных канонических молитв)**

Ценности – это те понятия, на которые ориентируется человек в повседневной жизни. В религиозной коммуникации ценности содержатся в текстах всех жанров, в том числе в жанре молитвы. Молитва понимается как обращение к представителям сакрального мира.

В православии богослужебные общественные молитвы включают круг аксиологических должностований; личные же молитвы, предполагается, отражают ценностные предпочтения отдельной личности. Церковь регламентирует личные молитвы верующих, создавая утвержденные тексты на разные случаи жизни. Такие молитвы приводятся в молитвословах, которые издаются по благословению церковных иерархов.

Материалом нашего исследования служит комплекс православных молитв, включенный в «Полный молитвослов и Псалтирь на всякую потребу», изданный по благословению издательского отдела Санкт-Петербургской епархии, духовный цензор – игумен Николай (Парамонов). Издатели декларируют цель «Полного молитвослова...» как «стремление дать читателю возможно более полное представление, как и о чем молится Православная Церковь и какие ценности служат в трудных жизненных обстоятельствах верной опорой православного человека», и отмечают, что включенные в книгу молитвы «отвечают самым разнообразным нуждам верующих, охватывая весь земной путь христианина» [Полный молитвослов ..., с. 2].

Категориально-текстовый метод исследования позволяет получить объективные результаты, обращение к категории темы – комплекс аксиологем, содержащихся в официально одобренных Церковью текстах молитв. Выделение категории темы в молитве возможно на основании таких элементов коммуникативной ситуации, как предмет речи, адресат, адресант. Остановимся на отражении в тексте молитвы предмета речи.

На строгом тематическом основании в изучаемом молитвослове выделяется несколько групп текстов, отражающих ценности православных христиан.

Первая группа включает молитвы, касающиеся начала и завершения, понимаемых в самом общем виде: начало и конец дня, нового дела, начало нового года (в том числе молитва на день рождения), перед Причастием и после него, перед вкушением пищи и после него, перед чтением духовных книг и др. Выделение разных точек отсчета в круге жизни, года, дня, событий как материальных, так и духовных свидетельствует об их ценности в жизни верующего человека.

Вторая группа молитв касается семейных нужд, значимых этапов в семейной жизни: обретение жениха и невесты, вступление в брак, дарование ребенка, благоприятное родоразрешение, воспитание и обучение детей, молитвы о потерянных детях, об устранении семейных неурядиц и др. Ценность семьи как таковой, благополучного родительства, воспитанных и образованных детей отражается в текстах православных молитв.

Третья группа молитв – «Молитвы в скорбях и искушениях творимые» – касается ценностей мирного, любовного, гармоничного существования человека. Это молитвы в беде, печали и скорби; о ненавидящих и обидящих; о защите от обидчика; об укрощении людского гнева; о примирении враждующих; об усмирении вражды между ближними; об умножении любви и искоренении ненависти и всякой злобы. В эту же группу авторами сборника включаются молитвы против крамолы; при опасности потопления; при нападении зверей; при укушении гада; при нападении грабителей; молитвы от голода; от засухи, грозы, града. Список молитв

отражает опасности, угрожающие физическому и духовному существованию человека; следовательно, мирная, безопасная, сытая жизнь – это его ценностные ориентиры.

Отдельная тематическая группа личных молитв посвящена физическому здоровью человека, исцелению от различных болезней. Отметим, что список болезней разнообразен: головные боли; глазные болезни, слепота; зубная боль; немота; потеря слуха и болезни ушей; женские немощи; паралич; болезни крови и др.

Еще одна тематическая группа объединяет тексты, посвященные исцелению от душевных и духовных недугов. К таким текстам относятся молитвы: при обуреании души неверием; в отчаянии; в унынии; о даровании покаяния; от гордыни и самомнения; от сребролюбия; от недуга пьянства; при обуреании плотской страстию; об избавлении от мыслей о самоубийстве; об исцелении от беснования; о возвращении Церкви отпавших от нее по навету диавольскому. Антонимически выявляются ценности смирения, кротости, негневливости, трезвения, целомудрия.

Помимо перечисленных групп выделяются молитвы за Отечество (о спасении державы Российской и утолении в ней раздоров и нестроений; о спасении России; молитва за русский народ; молитва покаянная, читаемая в церквях в России во дни смуты); молитвы за воинов (во время бедствия и нашествия врагов, иноплеменников и иноверных; против супостатов; перед сражением; об охранении жизни воинов на поле брани; молитва о возвращении мирных времен пресподобного Ефрема Сирина); молитвы о заключенных.

Отдельная группа молитв – «Напутствие христианина перед смертью и заупокойные молитвы» – касается смерти человека во всем разнообразии типичных ситуаций. Сюда входят молитвы при кончине человека; канон при разлучении души от тела; при разлучении души от тела, когда человек долго страждет (и умереть не может); последование по исходе души от тела; молитвы за всех в вере скончавшихся православных христиан; за благодетелей, особенно руководивших к добродетели; за пастырей Православной Церкви; за наставников и воспитателей; за скончавшихся вне своего Отечества, за безродных и убогих; за скончавшихся в состоянии

душевного заболевания; об упокоении скончавшихся после тяжелой и продолжительной болезни; об упокоении православных воинов, за веру и Отечество на поле брани убитых; за усопших внезапную (скоропостижную) смерть; о мертворожденных младенцах; вдовца за супругу; вдовицы за супруга; детей за родителей; родителей за детей; за нераскаянных грешников, усопших несчастной и насильственной смертью. Тематическая рубрикация и порядок расположения молитв говорят о ценности осознанной смерти после покаяния, в естественном порядке (после родителей), в мире.

Таким образом, тема молитвы, а именно предмет речи, то, о чем молятся православные христиане, имеет ценностное наполнение. Насущные ценности православного христианина – это вера, церковь, семья, душевное и телесное здоровье, деление жизни на временные промежутки и фиксирование их начала и конца, мир, кротость, смирение, осознанный переход в иной мир.

Библиографическая ссылка

Полный молитвослов и Псалтирь на всякую потребу. Санкт-Петербург : Общество святителя Василия Великого. 2001. 848 с.

ЦЕННОСТИ АРАБСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ КАК РЕГУЛЯТОР МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Арабская культура отличается от любой другой мировой культуры своими характеристиками, к числу которых относятся: коллективистский характер, жесткая иерархичность, экспрессивность, полихронность и некоторые другие (см.: [Кечина, с. 5]). Ценностной основой данной культуры выступает ислам, относящийся к числу мировых религий (см.: [Religious Values ... , p. 1]). Таким образом, мусульманская духовность пронизывает всю арабскую культуру, и ряд традиций и норм, регулирующих отношения как в деловой, так и в личной сфере, необходимо знать для успешной межкультурной коммуникации.

В беседе арабы ценят игру слов, эстетику и метафоричность. Даже говоря о межличностных отношениях в процессе делового общения, арабы утверждают: *الناس يعجب نبيّ إبليس و يعجبك الله كقول* (*Ешь то, что нравится тебе, но одевайся так, как нравится окружающим*; здесь и далее перевод наш – Х. Й.). Эта идиома четко указывает, что человеку следует в первую очередь заботиться о комфорте окружающих. Необходимость быть стойким и последовательным в своих словах и поступках выражается в другой поговорке: *لي يحب شياح ما يقول آح* (*Тот, кому нравится привидение, не должен восклицать «А»!*). И хотя содержание данной фразы на первый взгляд может показаться довольно далеким от постулирования норм и правил социальных отношений, это не совсем так. Заложенный в ней имплицитный смысл можно интерпретировать следующим образом: «Если тебе нравится что-то, и ты хочешь этим заниматься, ты должен добиваться этого, даже преодолевая страдания».

В то же время арабская этика (в принципе, так же, как христианская мораль) требует не желать зла другому и, более того, делать добро, не говоря об этом: *وانفكرو الشر دبر و انساه و الخير بر*: *(Если делаешь добро / одолжение кому-то, не упоминай потом об этом даже самому себе, если же совершишь ошибку, навсегда запомни об этом и постоянно напоминай себе)*. Из указанного постулата можно сделать вывод о том, что арабы более требовательны к себе, чем к партнеру.

Арабы в определенной степени фаталисты, что во многом предопределено религиозными традициями ислама. Поэтому как в деловом разговоре, так и в личной беседе они часто используют фразу *Как будет угодно Аллаху*. Это же верно и в ситуации, когда нужно, но нежелательно дать категоричный ответ. Арабская этика в целом не признает категоричных ответов. Фатализм прослеживается в таком высказывании: *كي طارت لطيور جات انهامة ندور*: *(Когда много птиц летает вокруг, в конце рядом останутся только наиболее важные из них)*; то есть что бы ни происходило, в конце человек останется с тем, что является наиболее важным.

С точки зрения проксемики арабская коммуникативная культура является контактной – при любой коммуникации арабы максимально приближаются друг к другу, что может удивить представителя европейской культуры; при сохранении в процессе общения слишком большой дистанции представитель арабской культуры может расценить данную ситуацию как нежелание общаться. Кроме того, большое значение арабы придают контакту взглядов, поэтому при разговоре следует смотреть собеседнику в глаза.

Исламские традиции оказали влияние на формирование характера арабов. Во многих западных странах церковь отделена от государства, но в большинстве арабских государств ситуация обратная, поэтому религиозные нормы во многом определяют общественное поведение представителей арабской культуры. Отсюда негативное отношение к тем, кто «предает» свою религию, отступая от религиозных этических норм и правил: *دينك في شد الاديان تخطت اذا*: *(Укрепляй свою религию, даже если смешиваются разные религии и взгляды)*.

При любом знакомстве (личностном или деловом) арабский собеседник демонстрирует любезность и радушие, как этого требуют мусульманские традиции. Вербальное общение всегда подкрепляется ярко выраженным экспрессивным невербальным компонентом – арабы много жестикулируют, жестикуляция играет важную семантическую роль, игнорирование которой может привести к коммуникативному сбою.

Даже вступая в деловые отношения, арабы могут расспрашивать о здоровье, личных делах и т. п.; и в данной культуре это не считается неприличным.

Таким образом, как ни в одной другой культуре ценности арабской лингвокультуры выступают регулятором не только межличностных, но и деловых отношений между коммуникативными партнерами. Именно этим определяется необходимость проведения сопоставительного анализа арабских ценностей с ценностями ориентирами другого социума.

Библиографические ссылки

Кечина Э. А. Национально-культурная специфика ценностных ориентаций в языковом сознании носителя языка (на материале русского и арабского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва, 2012. 22 с.

Religious values in global communication of modern society: trends in the development and transformation / E. V. Bobyreva, M. R. Zheltukhina, K. G. Korovina, M. V. Busygina // SHS Web of Conferences : site. 2019. Vol. 69. URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2019/10/shsconf_cildiah2019_00021.pdf (date of request: 19.03.2023).

Л. Т. Касперова, Н. В. Смирнова
МГУ, Москва, Россия

ОЦЕНОЧНОСТЬ БЛЕНДОВ В РЕЧИ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Блендинг как один из лингвокреативных способов языковой игры нередко актуализирует оценочный потенциал коррелятов, образующих бленды. Об оценочности контаминатов пишут многие современные исследователи медиадискурса. «Языковая игра как лингвокреативный феномен является эффективным способом привлечения читателя и “непрямого” воздействия на него, при этом оценочная функция языковой игры выступит на первый план. Установлено, что языковая игра в медиадискурсе выступает аксиологическим маркером, с помощью которого автор вербализует ценностное отношение к изображаемым событиям и фактам» [Хачмафова, Овчаренко, с. 135]. В креативной речи интернет-пользователей на первое место выходят цель развлекательная и цель самопрезентации адресанта, поскольку «интернет-пространство является той коммуникативной “территорией”, где ярко проявляется лингвокреативная составляющая речевой деятельности, в частности обусловленная спонтанностью интернет-переписки и свободой творческой самопрезентации субъектов коммуникации при использовании нестандартной формы и / или содержания сообщения» [Гридина, Талашманов, с. 31].

В качестве эмпирического материала представляем бленды из группы ВКонтакте // *Словарево*. Пользователи исследуемой группы создают / находят окказионализмы не для того чтобы воздействовать на адресата, как это происходит в СМИ, а в первую очередь – ради самого интереса к речевому творчеству.

Обобщая полученные данные, отметим преобладание в иллюстративном материале окказионализмов контаминированной

структуры (блендов), многие из которых либо содержат один из коррелятивов с оценочным компонентом, либо приобретают оценочность в результате соединения двух коррелятивов. К первому виду относятся такие примеры, как *пофигуристка* (*пофиг* + *фигуристка*); *сволонтеры* (*сволочи* – *волонтеры*); *угрюмка* (*угрюмая* – *рюмка*); *сынаририк* (*сын* + *свинаририк*); *муткоши* (*мутный* + *биткоши*); *кривотив* (*кривой* | *креатив*); *милтавр* (*милый* | *минтавр*); *пешедох* (*пешеход* – *дохлый*); *жмотоциклист* (*жмот* – *мотоциклист*); *умозключение* (*умозаключение* + *злокключение*); *благолюбь* (*благо* + *голубь*); *хорошоры* [о розовых очках] (*хорошо* | + *шоры*).

Наряду с однословным блендингом авторы используют модель включения блендинга в устойчивые выражения, например: *приложить гнусилия* (*гнусный* + *усилия*). В некоторых примерах изначально положительная оценка меняется на отрицательную: *богатырь* – *фигатырь* (*фига* | *богатырь*); *сапоги-скороходы* – *сапоги-скородохи* (*скоро* + *дохнуть*); *почетный гражданин* – *почертный гражданин* (*почетный* | *черт*).

В качестве блендов, получающих оценочную коннотацию в результате соединения коррелятивов, приведем следующие: *погостиница* (*погост* | *гостиница*); *ЦСКАзка* (*ЦСКА* | *сказка*).

Библиографические ссылки

Гридина Т. А., Талашманов С. С. Языковая игра в современной интернет-коммуникации: метаязыковой аспект // Политическая лингвистика. 2019. № 3 (75). С. 31–37.

Хачмафова З. Р., Овчаренко Е. П. Языковая игра как лингвокреативный способ реализации оценочности в медиадискурсе // Гуманитарные и социальные науки. 2022. Т. 90, № 1. С. 130–136.

ОБЩИНА КАК ЦЕННОСТЬ В ТЕКСТАХ НОВОАПОСТОЛЬСКИХ МОЛИТВ

Сегодня молитва как один из жанров религиозной коммуникации становится объектом изучения не только в религиоведении и теологии, но и в литературоведении и лингвистике. Кроме того, молитва активно исследуется в междисциплинарном ключе – в рамках теолингвистики и лингвоаксиологии.

В данной работе предпринимается попытка описать способы экспликации одной из ценностных доминант, обнаруженных на материале 120 молитвенных текстов, созданных представителями одного из протестантских течений – прихожанами Новоапостольской церкви. Собранные молитвы представляют собой корпус небогослужебных текстов, сотворенных в неформальной ситуации общения во время общего времяпрепровождения в церкви. В таких молитвах, совершаемых вслух в кругу членов общины, молящийся-адресант стремится выразить не только персональные, но и коллективные аксиологические запросы и обращается к Богу с благодарностью или просьбой о том, что представляется ему важным и ценным в момент сотворения текста.

В качестве такой выявленной аксиологической доминанты выступает *община* как группа лиц, исповедующих одну веру, являющихся прихожанами одной церкви. В Новоапостольской церкви община – еще и единица территориальная: сегодня в России существует 139 новоапостольских общин. Корпус молитвенных текстов собран в общине города Екатеринбурга.

По нашим наблюдениям, сравнительно небольшое количество членов в общине способствует установлению между ними близких отношений, что наравне с общностью взглядов, ощущением

духовного родства представляется ценным для прихожан. Это отражается в молитвенных текстах, где молящиеся просят Бога о сохранении общины: *Отец Небесный / молим Тебя также за общину / укрепи ее / чтобы она благословлена была Тобой / и каждый брат и сестра были с ангельской защитой / с ангельским хранением.*

Не менее важным для членов общины представляется установление и укрепление единства во взглядах, доброжелательного отношения друг к другу: *Особенно просим Тебя / благослови нашу общину // Господь / пускай здесь всегда будет взаимопонимание / любовь / и пускай мы будем всегда руководствоваться Твоим Словом // Отец Небесный / если есть какой-то горький корень / мы молим Тебя сейчас здесь все вместе / удали / дай нам иметь единение.*

Кроме того, ценен сам факт наличия таких отношений: *Мы также благодарны за нашу общину за то / что нам хорошо здесь / за то / что мы достаточно толерантны друг к другу и за то / что каждый ценит других братьев и сестер.* Ценны и регулярные встречи в церкви, совместное времяпрепровождение, которое оценивается как прекрасное: *Благодарим Тебя за это прекрасное единение / за то / что мы можем каждый раз встречаться / видеть друг друга / встречать новых братьев и сестер / а также принимать их в своей общине //.*

Таким образом, анализ фрагментов молитв показывает, что для новоапостольских христиан важно поддержание доброжелательных отношений между членами общины, сохранение единства во взглядах, укрепление и сбережение общины, поскольку ценным представляется сам факт ее существования.

TRADITIONAL ISLĀM OF THE MODERN DAYS IN THE AXIOLOGICAL PERSPECTIVE

Axiology (from Ancient Greek ἄξιος, “worthy” and λόγος, “word, discourse or reason”), otherwise known as the study of values, deals with their “... origin and essence and their place in the reality” [Краткий философский словарь, с. 10]. Values can be material (vital), social, and spiritual. Religion can deal with all of them, however, spiritual values are, no doubt, final in any religious system.

Islām is often declared by the non-Muslim researchers to have appeared in the 7th century C. E., when the Prophet Muhammad (ﷺ) began his prophetic mission on Earth. However, according to the Islāmic doctrine, all the prophets, beginning from ‘Ādam (ءالسلام) had been preaching Islām, the religion and concept of tawhīd (Monotheism). The main sources of the Islāmic dogma as well as of axiology are the Holy Qur’ān and aḥādīth of the Prophet Muhammad (ﷺ). As for the opinions of the trustworthy Islāmic scholars, an opinion itself cannot be a source of the dogma. However, a unanimous opinion of scholars on an issue can be considered to be a proof if there is no direct answer in the Holy Qur’ān or in the Sunnah of the Prophet Muhammad (ﷺ) or no message has come from the companions of the Prophet Muhammad (ﷺ) on a particular issue. The opinion of scholars cannot be a source in the issues of the ‘aqīdah (creed). A scholar’s opinion itself cannot be a proof. If a scholar’s opinion contradicts the Holy Qur’ān, the Sunnah or the words of the companions, this opinion is not accepted. The books by the scholars are merely explanations.

When one speaks about traditional Islām, some might argue that such a term should not be used. Nonetheless, as it can be seen, the Islāmic

religion itself is based on a traditional world outlook, and most of the world's Muslim communities are traditional. Therefore, traditional values are a necessary element of today's Islāmic world.

Muslim communities in present-day Russia tend to preserve multilingualism, as language is one of the key spiritual values of a nation. "The sacral language maintains its position as a language of worship, and the profane one is functioning in the two kinds, namely, national language and Russian" [Itskovich, Tugolbaigizi, p. 50]. Nevertheless, the Islāmic religion rejects and condemns any manifestations of nationalism, chauvinism, or racism. The Holy Qur'ān says,

يُجُوبُوا وَنَفَوْنَا بِجَنَّتَيْنَا فَوَإِذَا كَرَّمَكَمُ عِزْدَالَاهُ بِأَتَقَاكُمْ بِإِنَّا لَهُ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Meaning:

"O mankind! We have created you from a male and a female, and made you into nations and tribes, that you may know one another. Verily, the most honourable of you with Allāh is that (believer) who has At-Taqwā [i. e. he is one of the Muttaqûn (the pious. See V.2:2)]. Verily, Allāh is All-Knowing, All-Aware" [Translation of the meanings of the Noble Qur'ān].

This ayah is a clear statement that national bigotry and intolerance are totally alien to traditional Islām. The Arabic root of the word Islām (س ل م) is س ل م (s-l-m). The word "salām" (س ل م) which means "peace" is derived from the same root. Hence "... the preservation of peace in one's own country and its successful development is important for traditional Islām" [Самигуллин]. Contrary to all kinds of nationalistic preconceptions and prejudices, "... the spiritual proximity of people moves into first place in Islām. This is what the tradition of Islām is all about" [Ibidem]. Another important peculiarity of traditional Muslim religion is the encouragement to study and gain new knowledge, both religious and secular. The ḥadīth says: "Abu Huraira (R.A.A.) narrated that the Messenger of Allah (S.A.W.) said, "Whoever looks for a way to seek knowledge, Allah (S.W.T.) will ease for him a path leading to Heaven." Abu E'isa said that this hadceh is hasan" [The true collection ... , p. 399]. Islām indeed has a very long-standing tradition of seeking knowledge; such qualities as diligence and determination in pursuing new knowledge is of very high importance.

The true values of traditional Islām are, of course, aimed at sustaining peace, kindness, honesty, candor, open-heartedness and mutual understanding between people. All of these are what the Holy Qur`ān teaches us. These are the things of which the Prophet Muhammad (ﷺ) spoke in his numerous utterances. These are precisely the principles the A`immah of the four madhāhib had written in their immortal works, following the principles of the Holy Qur`ān and Sunnah of the Prophet Muhammad (ﷺ). In our modern world these traditional values acquire even higher importance and topicality as a firm spiritual foundation for the young people.

References

Краткий философский словарь / под ред. А. П. Алексева. 2-е изд., перераб. и доп. Москва : Проспект : ТК Велби. 2004. 492 с.

Самигуллин К. О традиционном исламе // Islam today : офиц. сайт. URL: https://islam-today.ru/blogi/kamil_xazrat_samigullin/o-tradicionnom-islame/ (дата обращения: 22.03.2023).

Translation of the meanings of the Noble Qur`ān the English language by Dr. Muhammad Taqî-ud-Dîn Al-Hilâlî and Dr. Muhammad Muhsin Khân. Madinah : King Fahd Complex for the Printing of the Holy Qur`an. K.S.A.. 1998. 1232 p.

Itskovich T. V., Tugolbaigizi A. Muslim Sermons in Russian: Communicative and Pragmatic Aspect // Issledovatel'skiy Zhurnal Russkogo Yazyka i Literatury. 2019. Vol. 7, iss. 2. P. 1391–1397.

The true collection sunan al-tirmithi 1–4. Vol. 1: [عربي/انكليزي] الترمذي سنن 1/4. By أبي محمد عيسى بن محمد عيسى بن عيسى/سورة الترمذي. Beirut : Dar Al Kotob Al Ilmiyah. 1971. 454 p.

Д. С. Колчин
ИА «Интерфакс-Урал»,
Екатеринбург, Россия

ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА ЧВК «ВАГНЕР» В ПУБЛИКАЦИЯХ ИНФОРМАГЕНТСТВА URA.RU (2018–2022)

Недавно исполнился год со дня начала российской специальной военной операции (СВО) на Украине. Одной из ключевых действующих сил и медиасимволов специальной военной операции стала ЧВК «Вагнер», образ которой активно конструируется во многих российских СМИ. Рассмотрим особенности этого конструирования по материалам крупного уральского информационного агентства Ura.ru.

Актуальность выбранной темы в научном смысле обусловлена тем, что в настоящее время в отечественном исследовательском сообществе востребовано изучение повседневных дискурсивных практик в СМИ, формирования образов различных персонажей и структур, действующих, в частности, в условиях тех или иных конфликтов. Ранее над этой темой работали такие исследователи журналистики, как В. М. Амиров, С. Б. Белогуров и Т. И. Ужegov, Э. В. Будасв, И. Э. Калосва (см.: [Амиров; Белогуров, Ужegov; Будасв; Калосва]) и другие. Вместе с тем в плане науки еще не было попыток рассматривать трансформацию образа воюющей частной военной компании в отечественных СМИ.

Методологически наша работа опирается на критический дискурс-анализ, практикуемый рядом авторов, такими, например, как О. Ф. Автохутдинова, Э. В. Чепкина (см.: [Автохутдинова; Чепкина]). В качестве эмпирической базы для исследования взяты 14 текстов вышеупомянутого СМИ, отобранных по ключевому слову «Вагнер».

Публикации Ura.ru, посвященные изучаемому вопросу, характеризуются тремя особенностями:

- медийная закрытость и анонимность действий ЧВК;

– появление упоминаний ЧВК «Вагнер» в СМИ в связи с событиями в Сирии и ЦАР;

– медийный образ ЧВК в качестве одной из основных действующих сил СВО.

Как сказано выше, герои текстов являлись анонимами. Ни один источник агентства из числа «вагнеровцев» не назвал своего реального имени. Например: *Один из уральских добровольцев, воевавших в Донбассе, а затем в Сирии в составе ЧВК Вагнера, вернулся недавно из зоны боевых действий. На условиях анонимности боец рассказал, как все устроено в частной военной компании* (Гусельников Андрей. Признание бойца ЧВК Вагнера: «Шойгу приказал отобрать у нас оружие». 2018. 22 окт.). Об ограниченности медийного доступа говорит то, что за пять лет работы, с 2018 г. по 2022 г. включительно, изданию удалось сделать лишь 14 эксклюзивных материалов на обсуждаемую тему. Из них лишь 8 были результатом общения непосредственно с ветеранами ЧВК.

Активно писать о «вагнеровцах» в Uta.ru стали в связи с кампанией в Сирии и боевыми действиями в Центральноафриканской Республике (ЦАР). Называли их по-разному. Наемниками: *Российские частные военные компании нужно легализовать, чтобы они не превратились в неконтролируемые банды, а также, чтобы социально защитить наемников* (Шипицина Анастасия. Военный эксперт объяснил, почему российские ЧВК нужно легализовать. 2020. 12 янв.). Бойцами и ветеранами: *Золотые времена ЧВК (частной военной компании) Вагнера прошли: набирать бойцов ей становится все труднее, ветераны боевых действий больше не хотят подчиняться блатным, насаждающим зоновские порядки и командующим, «как батяки Махно»* (Гусельников Андрей. Ветераны разочаровались в ЧВК Вагнера, где правят блатные. 2018. 12 окт.).

После начала СВО редакция продолжила уделять внимание различным нюансам функционирования ЧВК. Работа в компании уже приравнивается к военной службе: *Специалист с позывным «Князь»... потомственный военный, который не смог служить в регулярной армии, поскольку его не приняли из-за ограничения по зрению. Службе в частной военной компании проблемы со зрением не помешали* (Артсмьев Антон. Ветеран ЧВК Вагнера

из ХМАО рвется на фронт после ранения. 2022. 3 нояб.). Признаться право «вагнеровцев» на особое поведение: *Мы можем называть людей Пригожина как угодно, наемники, ЧВК, но есть статус, это вооруженные люди, добровольно находящиеся на поле боя... И они имеют право публично критиковать и Министерство обороны, и начальника генштаба, и непосредственное командование* (Сычева Юлия. Кадыров и Пригожин создали опасную ситуацию для российской армии. 2022. 5 окт.). Поднимается вопрос внутренних отношений в организации: *В ЧВК «Вагнер» есть как добровольцы (А-шники), так и бывшие заключенные (К-шники)... Между нами нормальные отношения. Мы часто воюем вместе с А-шниками. Они знают, кто мы, поэтому нас уважают* (Кислов Николай. Почему заключенные идут воевать в Донбасс. 2022. 22 нояб.).

Подводя итог изложенному, следует сказать, что мы выделили два условных этапа формирования образа ЧВК «Вагнер» в материалах Ura.ru в 2018–2022 гг. – сирийско-африканский и украинский. Для исследования мы взяли публикации издания, вышедшие в упомянутый временной промежуток. Посмотрели, как и в каком контексте проходило создание образа.

Не исключено, что далее медийный образ ЧВК «Вагнер» в СМИ продолжит претерпевать изменения. Выполняемая сейчас работа позволит проследить его эволюцию.

Библиографические ссылки

Автохундинова О. Ф. Дискурсивные практики конструирования другого в СМИ : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 2014. 272 с.

Амиров В. М. Российская журналистика вооруженных конфликтов: современные практики и тенденции развития : дис. ... д-ра филол. наук. Екатеринбург, 2020. 311 с.

Белогуров С. Б., Ужегов Т. П. Отечественная военная журналистика. Ч. 1. XVIII – начало XX в. : учеб. пособие. Москва : [б. и.], 1995. 198 с.

Будаев Э. В. Военная метафорика в дискурсе СМИ // *Asta Linguistica*. 2008. Т. 2. № 1. С. 29–36.

Калоева И. Э. Вооруженные конфликты и СМИ : монография. Владикавказ : Изд-во СОГУ, 2008. 208 с.

Чепкина Э. В. Русский журналистский дискурс: текстопорождающие практики и коды (1995–2000). Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. 2000. 279 с.

ОБ ОДНОМ СПОСОБЕ ВЫЯВЛЕНИЯ ЦЕННОСТНОГО ОТНОШЕНИЯ В ТЕКСТЕ*

Аксиологические аспекты языка и речи являются актуальным предметом современной лингвистики. К имеющим прикладное значение направлениям относится экспериментальное исследование вербального отражения ценностей. Особый интерес представляет диагностика ценностного отношения к различным предметам приобретает в связи с появлением средств автоматического анализа социальных сетей, позволяющих выявлять ценностно-смысловые доминанты существования и развития общества и отдельных его групп (см.: [Shen, Wilson, Mihalcea]).

Психологический подход к ценностям заключается в интересе к ним как к источнику мотивации поведения и компоненту регулятивной системы личности. С этой точки зрения ценностное отношение к предмету или явлению определяется его субъективной значимостью для удовлетворения потребностей человека (см.: [Ясницкий]).

В речи ценностная значимость предмета может передаваться, в частности, с помощью частиц *лишь бы* и *только бы* (выступающих в функции союзов), у которых общее значение цели осложняется указанием на готовность субъекта к совершению максимальных усилий для достижения этой цели. Нами рассматривался вопрос о возможности использования этих частиц для поиска в письменной речи субъекта упоминания предметов (ситуаций), вызывающих у него на момент высказывания выраженное ценностное

* Исследование проведено в рамках научной программы Национального центра физики и математики (направление № 9 «Искусственный интеллект и большие данные в технических, промышленных, природных и социальных системах»).

отношение. Материалом послужили тексты, отобранные из Основного корпуса НКРЯ. В связи с перспективой применения полученных данных для развития средств обработки сетевого контента анализировался подкорпус нехудожественных текстов электронной коммуникации.

Результаты анализа позволили выявить системность в использовании средств выражения ценностной значимости предмета или ситуации: *ей очень уж внука хочется повидать... и все сделать согласна, только бы уж **принесли его!!!!*** Эти же средства используются для обострения контраста с «антиценностным» отвергаемым предметом.

В трети высказываний в качестве предмета ценностного отношения выступают обобщенные целевые аспекты деятельности. Так же часто фигурируют межличностные отношения. В каждом шестом из анализировавшихся высказываний упоминаются витальные ценности, прежде всего здоровье. Гораздо реже представлены ценностно значимые предметы эмоционального, коммуникативного и материального характера.

Полученные данные свидетельствуют, что содержание высказываний с *лишь бы* и *только бы* может трактоваться в терминах ценностного отношения личности к различным компонентам реальности, благодаря чему эти словосочетания следует рассматривать в качестве претендентов на включение в перечень маркеров наличия в тексте ценностного содержания (см.: [Кузнецова, с. 433]).

Библиографические ссылки

Кузнецова Ю. М. Уровни регуляции деятельности в картине мира // Категория «социального» в современной педагогике и психологии. Ульяновск: Зебра, 2020. С. 429–435.

Ясеницкий И. А. Генезис формирования отечественной социально-философской концепции ценности // Вестник Самарского государственного университета. 2007. № 5-3. С. 23–30.

Shen Y., Wilson S. R., Mihalcea R. Measuring Personal Values in Cross-Cultural User-Generated Content // International Conference on Social Informatics: 11 International Conference, SocInfo. 2019. Vol. 11864. P. 143–155.

КАКИЕ ОНИ, КИТАЙЦЫ? О РЕЗУЛЬТАТАХ СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ОПРОСА

Актуальность работы объясняется важностью изучения этнических стереотипов в коммуникации и культуре, их ценностным характером. Нами путем социолингвистического опроса был проведен сравнительный анализ этностереотипов о китайцах в российской прессе и в российском обществе.

На первом этапе работы выявление стереотипного представления о китайцах проводилось на материале СМИ при помощи корпусной выборки (база «Интегрум») маркера стереотипности – наречия *по-китайски*. Анализ сочетательных возможностей наречия *по-китайски* с языковыми партнерами слева и справа позволил сделать вывод, что в СМИ китайцы представлены как трудолюбивый, прогрессивный, предприимчивый, склонный к соблюдению традиций, вежливый, хитрый и дружелюбный народ. При общей положительной оценке была выявлена негативная стереотипная черта: китайцев характеризуют как людей, склонных к совершению преступлений. Кроме того, отмечены стереотипные суждения о сложности китайского языка, об особой китайской кухне – вкусной и чаще всего острой, о некачественности китайской продукции.

Для проверки правильности выявленных стереотипов мы провели опрос жителей Перми. Число опрошенных – 146 человек. Среди них респондентов в возрасте до 20 лет – 82 человека; 21 года – 30 лет – 43 человека; 31 года – 50 лет – 17 человек; 51 года и выше – 5 человек. Характеристика по полу: мужчин – 26 человек, женщин – 120 человек; по образованию: неполное высшее – 114 человек, высшее – 32 человека. Результаты опроса подтверждают точность стереотипов, зафиксированных в СМИ. Большинство

опрошенных согласились с представлением о трудолюбии китайцев (94 %), о сложности китайского языка (92 %), о вкусной и острой китайской еде (72 %).

Кроме того, был задан дополнительный вопрос: *Китайцы – какие они с Вашей точки зрения?* Респонденты назвали более 70 характеристик, во многом носящих оценочный характер.

Выявим наиболее типичные ответы на этот вопрос: *трудолюбивые* – 41 ответ, *умные* – 26, *интересные* – 18, *мудрые* – 11, *красивые* – 11, *веселые* – 8, *целеустремленные* – 8. Указанные ниже черты китайцев встречаются 5–6 раз: *скромные, общительные, вежливые, открытые, милые, позитивные, хитрые*. По 2–3 ответа приходится на следующие характеристики: *китайцы культурные, консервативные, образованные, смешные, многочисленные, маленькие, знают математику, разные*.

Большая часть рсакций на поставленный вопрос ни разу не повторялась. Единичные характеристики таковы: *умелые, духовные, находчивые, застенчивые, начитанные, осознанные, инновационные, практичные, одинокие, многогранные, не умеют пить, не ассимилируются* и т. д. Многие оценочные характеристики были противоположны друг другу: *тихие болтливые, музыкальные не умеют петь, депрессивные – энергичные, продуманные – суматошные*.

Во многом характеристики китайцев, данные опрашиваемыми, совпали с выявленными на основе СМИ стереотипными чертами. Респонденты не согласились с некоторыми стереотипами о китайцах в обществе: с плохим качеством китайской продукции (88 % опрошенных против), с внешней схожестью всех китайцев (68,5 % против).

Данные опроса подтверждают, что в российском обществе преобладают положительные стереотипные представления о китайцах. Они воспринимаются носителями русского языка как трудолюбивые, дружелюбные и умные люди.

Дэжу Кун, Т. А. Кутенева
УрФУ, Екатеринбург, Россия

ЛЕКСЕМЫ *ВАКЦИНАЦИЯ* И *ИНВОЛЮЦИЯ* В РУССКИХ И КИТАЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-КОММЕНТАРИЯХ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Последние годы тема пандемии в большинстве стран не перестает быть актуальной. Происходящие в этот период изменения находят отражение в разных сферах жизни общества. В первую очередь изменения касаются и лексического состава языка: актуализируются лексемы, попадающие в поле коронавирусного дискурса. Интерес представляют актуальные лексемы периода пандемии – *вакцинация* в русских интернет-комментариях и *инволюция* – в китайских.

Актуальные лексемы *вакцинация* и *инволюция* приобретают в интернет-комментариях разную оценочность. Эти слова маркируются как актуальные лексемы периода пандемии в русском и китайском языках, и их признаки довольно схожи: а) в текстовом аспекте (частота фиксаций, в том числе в заголовках; такие слова становятся объектом активной и массовой языковой рефлексии); б) в лексическом аспекте (расширение возможностей метафорического употребления, модифицирование синонимических и антонимических отношений); в) в грамматическом аспекте (появление новых производных, расширение сферы их употребления и семантики) [Шмелсва, 1993, 2009; 冯薇].

Лексема *вакцинация* входит в ядро актуального лексикона эпохи пандемии (см.: [Вепрева; Вепрева, Куприна; Купина; Приемышева] и др.). Функционирование актуальной лексемы в текстах интернет-пространства «становится объектом языковой игры; через визуальные и вербальные маркеры осмысливаются новые конно-

тативные значения ключевых слов, расширяется их семантика; рождающиеся модальные значения поликодовых текстов в ходе языковой игры обуславливают закрепление в памяти адресата новых коннотаций ключевого слова, этому способствует высокая интертекстуальность и ироническая тональность» [Дербина, с. 240]. Кроме того, лексема *вакцинация* попадает в ядро метадискурса, который «представляет собой совокупность текстов – реакций обывателей на тексты официального дискурса» [Соболева, Катаева, с. 145], и интернет-комментарии позволяют выявить набор характерных для обывателя смыслов анализируемых лексем. В китайском языке самой популярной единицей становится *инволюция* и ее синоним – *внутренняя конкуренция*.

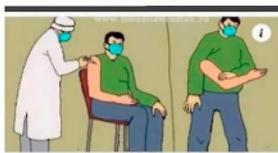
Материал нашего исследования – русские интернет-комментарии, включающие лексему *вакцинация*, и китайские интернет-комментарии, включающие лексему *инволюция* (*внутренняя конкуренция*), собранные в период с 2020 г. по март 2023 г., количество комментариев – 90 единиц.

В русских интернет-комментариях, безусловно, лексема *вакцинация* погружается в поле разных оценок, встречается как положительная оценочность – в виде одобрения вакцинации, признания ее пользы, так и отрицательная, связанная, в первую очередь, со страхом и недоверием к самой вакцине. Однако интерес представляет группа комментариев, отражающих шутивно-ироническое отношение к факту вакцинации: *А вакцинация будет добровольной или принудительной? Захотите – добровольной, не захотите – принудительной; Акция: купи сертификат о вакцинации и получи в подарок скидочный купон на ритуальные услуги; Сделал прививку от ковида в мобильном центре вакцинации в магазине Леруа Мерлен. Побочка не заставила себя ждать – охренел от цен на стройматериалы.* Активизируется и визуальный контент (рис. 1).

Русские комментарии зачастую сопровождаются карикатурами, мемами, отражающими недоверие обывателя к вакцине, нежелание принимать участие в вакцинации.

Кто не хочет себя всякой дрянью вакцинировать, то вот, решение само себя нашло:

Лайфхак от Алиэкспресс 🤖 🧐 🧐
Не благодарите 🙏 🙏 🙏 🙏



ты будешь вакцинироваться?
ты сумашедшая, ещё на людях не испытали...

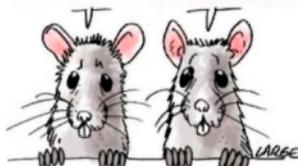


Рис. 1. Примеры визуального контента в русских интернет-комментариях

В Китае актуальной лексемой становится *инволюция*. Наиболее яркую оценочность мы можем наблюдать также в интернет-комментариях. Большая часть комментариев связана с тем, что в условиях внутренней конкуренции жизнь человека становится напряженной, бессмысленной, вызывает уныние, стресс: 疫情, 封控, 内卷, 本应自由温馨浪漫的生活只剩卜压抑 (Пандемия, закрытие университета, инволюция. Жизнь, которая должна быть свободной, теплой и романтической, сейчас вызывает лишь уныние); 当你的环境充斥着无用的内卷、还无法改变时, 厌弃的只能是那个无能的自己 (Когда ваше окружение заполнено бесполезными инволюциями, которые невозможно изменить, я буду чувствовать некомпетентность и отвращение к себе); 2021 年最讨厌的热词-内卷。这词到了生活中多是变成了挖苦讽刺 (Самое ненавистное актуальное слово 2021 года – инволюция. Это слово встречается в основном в виде сарказма и иронии).

Интерес вызывает визуальная трансляция в интернет-комментариях понятийного содержания данного явления – инволюции (рис. 2). Связано это с тем, что в Китае люди во время карантина получают от правительства различные овощи. На картинках овощи расположены в виде китайских иероглифов с положительными смыслами. Овощи начинают состязаться друг с другом, конкурировать между собой: 疫情防控期间很多小区收到了蔬菜包, 人们已经开始内卷了. (Во время борьбы с эпидемией многие общины получили овощи, и люди начали *инволюцию*).



а



б



в

Рис. 2. Примеры визуального контента в китайских интернет-комментариях:

а – китайские иероглифы, написанные с использованием овощей – 加油 (*давай*);
 б – китайские иероглифы, написанные с использованием овощей – 北京 (*Пекин*);
 в – китайские иероглифы, написанные на флаге – 胜利 (*победа*)

Люди расположили овощи в виде китайских иероглифов, транслирующих положительный смысл, в знак благодарности правительству. Картина с позитивной лексикой символизирует успешность борьбы с эпидемией, тем самым придавая инволюции положительный ореол.

Таким образом, мы можем наблюдать, что лексемы *вакцинация* и *инволюция* являются популярным в русских и китайских интернет-комментариях. Материал показал, что актуальные единицы приобретают разные аксиологические оттенки: положительные, отрицательные, шутливо-иронические. При этом мы можем выявить набор смыслов, важных для сознания обывателя.

Библиографические ссылки

Вепрева И. Т. Аксиологический привкус коронавирусного контекста // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : тез. докл. Международ. науч. конф., Екатеринбург, 27 апр. 2021 г. Екатеринбург : Ажур, 2021. С. 17–21.

Вепрева И. Т., Курпина Т. В. Covid-19: ключевое слово коронавирусного лексикона на этапе графического усвоения в русском языке // Русский язык коронавирусной эпохи. Санкт-Петербург : Институт лингвистических исследований РАН, 2021. С. 91–101.

Дербина В. В. Модальность поликодовых текстов с ключевым словом текущего момента «вакцинация» в социальных сетях // Современная медиасреда: актуальные практики и тенденции. Взгляд молодых исследователей. Вып. 22. Санкт-Петербург : [б. и.], 2022. С. 234–241.

Купина Н. А. Вакцина: ключевое слово текущего момента // Приращение смысла : сб. науч. ст. к юбилею Т. В. Шмелёвой. Москва : Русайнс, 2021. С. 109–119.

Приемьшева М. Н. Ковидный лексикон русского языка: тенденции динамики лексико-семантической системы в период пандемии коронавирусной инфекции // Русский язык коронавирусной эпохи. Санкт-Петербург : Институт лингвистических исследований РАН, 2021. С. 16–52.

Соболева Е. Г., Катаева А. С. Народ vs власть: смеховой и официальный COVID-дискурсы // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность : Лингвистика креатива. 2022. № 2. С. 143–155.

Шмелёва Т. В. Великий Новгород // Кириллица – латиница – граждиница : коллективная монография / отв. ред. Т. В. Шмелёва. Великий Новгород : Новгородский гос. ун-т, 2009. С. 175–179.

Шмелёва Т. В. Ключевые слова текущего момента // Collegium. 1993. № 1. С. 33–41.

冯薇 汉语年度热词对汉语词汇系统的影响 // 现代语文. 2015. 第八卷. 页 108–110 [*Фэнвэй*. Влияние китайских ежегодных актуальных слов на систему китайской лексики // Современный китайский язык. 2015. Т. 8. С. 108–110].

К ПРОБЛЕМЕ АКСИОЛОГИЧЕСКОГО СТАТУСА СЛОВА В ЯЗЫКЕ И РЕЧИ

Вопрос о ценностях активно обсуждается не только в научной литературе, но и в публицистике, в межличностном общении. Злободневными стали сочетания *национальные ценности, гендерные ценности, семейные ценности, защита ценностей*. Ценностные предпочтения россиян находят отражение в текстах современной художественной литературы различных жанров. Собственно лингвистические исследования ценностей опираются на их теоретическую трактовку и лексикографическое описание.

В советский период развития гуманитаристики аксиология трактовалась как «буржуазная философия» [Философский словарь, с. 11], а система ценностей осмыслялась в границах марксистско-ленинской философии.

В толковых словарях интерпретация аксиологической (фактически идеологической) составляющей лексического значения определялась в границах оппозиций материалистический – идеалистический; советский – антисоветский, буржуазный, дворянско-буржуазный.

В четырехтомном словаре под редакцией Д. Н. Ушакова (см.: [ТСУ]) словарные дефиниции, разработанные такими выдающимися лингвистами, как В. В. Виноградов, Г. О. Винокур, С. И. Ожегов, Б. В. Томашевский, подвергались обязательной идеологической цензуре. В предисловии к первому тому поименно названы члены «политической редакции» (см.: [Там же, т. 1, с. 10]), задачей которых являлось «единственно верное» толкование идеологем, подтвержденное философскими суждениями вождей революции. Например: *аристократизм* – «благородство, благородное изящество

в дворянско-буржуазном обществе» [ТСУ, т. 1, с. 55]; *религия* – «взгляды и представления, основанные на мистике, на вере в чудодейственные силы и существа». *Религия есть один из видов духовного гнета, лежащего везде и повсюду на народных массах, задавленных вечной работой на других, нуждой и одиночеством* (Ленин) [Там же, т. 3, с. 1333]. Прослеживаются атеистические и классовые установки государственной политики.

Активный процесс деидеологизации русского языка обусловил необходимость осознания ментально-значимых констант русской лингвокультуры. Появились первые аксиологические словари (см.: [Байрамова]). Разрабатывается система аксиологических помет в их соотнесенности со стилистическими. В связи с этим представляется целесообразным разграничивать единицы аксиологического лексикона: аксиологемы – номинации ценностей (*добро, любовь, общий язык*) и контраксиологемы – номинации антиценностей (*зло, ненависть, злые языки*).

В речи «на аксиологический статус каждого слова... влияют разнородные факторы: ситуация употребления, контекстное окружение, иллюкативная сила высказывания» [Склярская, с. 57], точка зрения автора сообщения.

Лингвоаксиологический анализ требует методологической выверенности, которой отличается коллективная монография «Ценностное содержание разговорного диалога»: ее авторами обосновано выделение «ценностно-тематических фрагментов», в границах которых проводится описание смысла отдельных слов, выявляется их аксиологическая маркированность (см.: [Ценностное содержание ...]).

В докладе аксиологический статус слова устанавливается на материале текста новейшей русской прозы (см.: [Водолазкин]).

Библиографические ссылки

Байрамова Л. К. Аксиологический фразеологический словарь русского языка. Словарь ценностей и антиценностей. Казань : Центр инновационных технологий, 2011. 360 с.

Водолазкин Е. Г. Чагин : роман. Москва : АСТ : Редакция Елены Шубиной, 2022. 384 с.

Склярёвская Г. Н. К вопросу о стилистических пометах как средстве экспликации языковой оценки // Аксиологические аспекты современных филологических исследований : тез. докл. Международ. науч. конф., УрФУ, 15–17 окт. 2019 г. / отв. ред. Н. А. Купина. Екатеринбург : Ажур, 2019. С. 56–58.

ТСУ – Толковый словарь русского языка. В 4 томах / под ред. Д. Н. Ушакова. Москва : Сов. энцикл. : ОГИЗ : ГИС, 1935–1940.

Философский словарь / под ред. И. М. Фролова. Москва : Политиздат, 1987. 590 с.

Ценностное содержание разговорного диалога : монография / отв. ред. Т. В. Матвеева, И. В. Шалина. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. 228 с.

ОЦЕНОЧНАЯ АРГУМЕНТАЦИЯ В РЕКЛАМЕ ВУЗОВ РОССИИ И КИТАЯ

Интернационализация образования предъявляет определенные требования и к рекламе как одной из стратегий продвижения вузов. Отражая национальную специфику, реклама вместе с тем имеет и наднациональные черты, поскольку фокусирует внимание на образовательных услугах и отвечает на вопросы, которые совпадают у представителей разных стран: какой выбрать вуз, какой специальности отдать предпочтение, какие предпочтения предоставляет то или иное учебное заведение и т. д. Анализируя рекламу вузов двух стран – России и Китая, мы особо выделили оценочную сторону аргументации, так как приписывание ценности, значимости какому-либо предмету имеет национальные черты и интересно в лингвокультурологическом аспекте.

Прежде чем перейти к анализу оценочных суждений в рекламе вузов, необходимо вкратце охарактеризовать специфику данного типа рекламы. Темой текстов являются образовательные услуги, которые имеют набор определенных характеристик, отличающих их от других видов услуг: сезонность (пик приходится на летнее время, когда абитуриенты подают документы и определяются с выбором вуза), цикличность (абитуриенты подают документы каждое лето), высокая стоимость обучения, длительность оказания услуги (в России получение образования занимает от 4 лет), невозможность перепродажи, конкурсный характер (по результатам экзамена принимаются абитуриенты с достойными баллами), отсроченность выявления результативности.

Все эти характеристики прямо связаны с решением вопросов маркетинга образования. Высшее образование – это продукт, при-

обруаемый человеком весьма нечасто, и этот продукт предлагает, по сути, каждый вуз. Реклама образовательных услуг должна быть максимально достоверной, этичной и информационно насыщенной.

Анализ веб-сайтов российских и китайских вузов показал, что реклама образовательных онлайн-услуг включает в себя следующую информацию: профиль вуза, новости вуза, зачисление и трудоустройство, преподаватели, научные исследования, сотрудничество и обмен, вузовская жизнь и др. Во многом совпадая в тематике, русская реклама и китайская реклама имеют и различия, прежде всего – в наборе жанров. Реклама российских вузов, как правило, строится на основе жанра рекламного объявления, иногда – с вкраплениями интервью (с ведущими преподавателями, успешными выпускниками вуза). Китайская реклама, передавая маркетинговую информацию, использует и жанр рекламного объявления, и нарратив, в основе которого лежит «легенда» вуза (история создания, эмоционально окрашенное повествование о месте, где расположен вуз, о его зданиях, особенно если у них есть культурный бэкграунд, о студентах-отличниках, о знаменитых выпускниках). Многие китайские вузы часто помещают на своих веб-сайтах развернутые интервью с ректорами, интерактивные беседы ректора с абитуриентами и их родителями.

Помимо жанровых отличий рекламы вузов имеют сходства и различия в отборе и в подаче оценочных элементов содержательной структуры текста. Из основных тем-рубрикаторов оценку получают далеко не все из них (например, стоимость обучения, профиль вуза, направления подготовки).

С оценочными аргументами мы встречаемся при описании студенческой жизни.

双手聚合、离散，拉出一缕白，拉面过程本身就有极高的观赏性，其劲道的口感也令人回味无穷，零散的翠绿映在清汤白面上，郁葱佳气细面弹牙，简简单单中有无穷味（东南大学）（Руки собираются, расходятся и вытягивают белую струйку. Процесс приготовления лапши рамэн очень декоративный, а ее сильный вкус также бесконечно запоминающийся, простой и бесконечный вкус）（Юго-Восточный университет）（здесь и далее персвод наш. – Ди Ло）.

各式各样的咖啡店在交大随处可见, 悠然的午后, 手捧一杯醇香的咖啡, 感受在交大的慢时光。(上海交通大学) (В Университете Цзяотун повсюду можно увидеть всевозможные кофейни, в неторопливый полдень, держа в руке чашку ароматного кофе, можно ощутить замедление времени в университете Цзяотун) (Шанхайский университет Цзяотун).

3 марта в 19:00 на Шаболовке пройдет литературно-акустический вечер. Гостей ждут песни под гитару, стихи собственного сочинения участников, а также **вкусный чай и сладости** (Высшая школа экономики).

В описании студенческой жизни, как правило, преобладают сенсорные (вкусовые) и интеллектуальные оценки.

一年两次的水果节, 免费请全校学生吃水果, 果香里流淌着青春的甜蜜记录着天大人共同的美好。(天津大学) (Дважды в год на Фруктовом фестивале всем учащимся школы предлагается бесплатно полакомиться фруктами. **Сладость** юности перетекает во фруктовый аромат, отражающий обычную красоту взрослых) (Тяньцзиньский университет).

В отличие от российских текстов, в китайской рекламе частотны сублимированные оценки. Это могут быть морально-этические оценки (добро / зло), как, скажем, в слогане Тяньцзиньского университета:

道德伦理上以爱育人, 德业双馨 (天津大学) (**Воспитание любви, добродетели и карьерного двойного счастья**).

Реклама того же университета: **天津大学素以实事求是的校训、严谨治学的校风享誉海内外, 为我国近代工业体系的建立和近代科技人才的培养做出了重大贡献** (天津大学) (Тяньцзиньский университет хорошо известен в стране и за рубежом своим школьным девизом **поиска истины на основе фактов** и своим **строгим академическим духом**. Он внес большой вклад в создание современной промышленной системы моей страны и развитие современных научных и технических талантов) (Тяньцзиньский университет).

Значительное текстовое пространство занимают суждения с эстетическими оценками (красиво / прекрасно).

天津大学可以有多美,春有海棠殷红,夏有水波潋滟,秋日层林浸染,冬季白雪皑皑,写不尽的四季风光,阅不遍的北洋光景。(天津大学) (Каким прекрасным может быть Тяньцзиньский университет: бегони весной, газированная вода летом, леса осенью и снег зимой, пейзажи четырех времен года, а пейзажи Бэйяня бесконечны) (Тяньцзиньский университет).

发现、记录、分享多姿多彩的人大之美 (中国人民大学) (Откройте для себя, запишите и поделитесь красотой красочного Китайского университета Жэньминь) (Китайский университет Жэньминь).

走进北航学院路、沙河两大校区双核发展,环境优美、宜居宜学。(北京航空航天大学) (Войдя в двухъядерную застройку Beihang University Road и Shahe Campus, вы увидите, что окружающая среда прекрасна, пригодна для жизни и подходит для обучения) (Пекинский университет авиации и астронавтики).

年举办讲座论坛数百场,张贴于校园内的学术讲座海报已经成为一道亮丽的风景线。(北京师范大学) (Ежегодно проводятся сотни лекционных форумов, а плакаты академических лекций, размещенные в кампусе, превратились в прекрасный пейзаж) (Пекинский педагогический университет).

В аргументации и российской, и китайской вузовской рекламы нередко оценочные доводы утилитарного характера – в сознание адресата активно внедряется мысль о пользе обучения в данном вузе.

同济大学2021届本科毕业生深造率近60%。国内深造的毕业生均被“双一流”建设高校、中科院录取。(同济大学) (Почти 60 % выпускников бакалавриата Университета Тунцзи 2021 года продолжают обучение. Все отечественные выпускники принимаются в строительные университеты «двойного первого класса» и Китайскую академию наук) (Университет Тунцзи).

天津大学将以16个本科大类进行招生,所有的招生大类中均含有一流本科专业,无论学子们报考哪个大类,都有机会进入一流的专业中进行培养。(天津大学) (Тяньцзиньский университет будет набирать студентов по 16 категориям бакалавриата, каждая из которых включает в себя первоклассные специальности бакалавриата.

*Независимо от того, на какие специальности претендуют студенты, у них будет возможность поступить на **первоклассные специальности** для обучения) (Тяньцзиньский университет).*

*Курс «Сегментационный анализ» поможет научиться **эффективно** применять маркетинговые и математические методы для решения управленческих задач (СПбГУ).*

*В интервью «Конструктору успеха» Василий рассказал, как изучают мозг в лабораториях Вышки, что такое биоинформатика и какую **пользу** ученому может принести работа в индустрии (Высшая школа экономики).*

*近日, 全国学生资助管理中心发布了“**本**专科生教育阶段资助政策”, 通过“**奖助贷勤补免-绿色通道**”等多元混合资助, 为同学们的求学之路**提供**坚实保障。(中山大学) (Недавно Национальный центр управления финансовой помощью студентам опубликовал «Политику субсидий для студентов младших курсов колледжей на этапе обучения», которая **обеспечивает надежную гарантию** образования студентов за счет нескольких смешанных субсидий, таких как премии, ссуды, компенсация посещаемости и освобождение + зеленые каналы) (Университет Сунь Ятсена).*

*По общему конкурсу **будет распределена** почти половина бюджетных мест бакалавриата и специалитета МФТИ (МФТИ).*

Каждый студент СПбГУ может рассчитывать на социальную защиту и поддержку. Так, студенты бюджетной основы обучения, показывающие успехи в учебе, получают академическую стипендию, универсанты, относящиеся к льготным категориям граждан, могут рассчитывать на социальную стипендию (СПбГУ).

В заключение анализа отметим, что обычно оценочные аргументы в рекламе вузов характеризуются как доводы, снижающие критичность восприятия рекламной информации потребителем. Реклама вузов России и Китая дает основание говорить еще об одной функции оценки – ее способности уменьшать дистанцию между потребителем и рекламодателем. Ранее мы указывали на сочетание общего и национального в такого рода рекламе. Китайская реклама университетов демонстрирует повышенную степень эмоционально-оценочного отношения к предмету рекламирования.

СКОРОГОВОРКА КАК АКСИОЛОГЕМА И КАК ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА (на материале анимационного сериала «Конь БоДжек»)

1. Под языковой игрой может пониматься «специфическая речевая деятельность, состоящая в таком использовании стилистических приемов, которое направлено на создание остроумных, преимущественно комических высказываний и оборотов речи» [Сквородников, с. 787]. Стилистический прием, на котором строится языковая игра, оказывается, следовательно, эстетически и аксиологически значимым как для создателя высказывания, так и для реципиента – потенциального или реального.

2. Языковая игра широко используется в скороговорках, зачастую является их конститутивным признаком (см.: [Муль; Осаволук; Пунина]). Соответственно скороговорки могут быть рассмотрены как аксиологемы – «вербальные знаки ценностей» [Купина, с. 75]. Ценностный компонент в скороговорке может быть эксплицирован (ср.: *Кто не работает, тот не ест то, что ест тот, кто работает; Не тот, товарищи, товарищу товарищ, кто при товарищах товарищу товарищ, а тот, товарищи, товарищу товарищ, кто без товарищей товарищу товарищ* [Муль, с. 457]), но необязательно.

3. В анимационном сериале «Конь БоДжек» скороговорки нередко являются средством привлечения внимания к острым социальным вопросам. Героиня эпизода, выбранного для анализа в докладе, должна организовать мероприятие для матерей, добившихся успехов в Голливуде, одновременно с этим управляя собственным агентством и ухаживая за новорожденной дочерью. Задача усложняется по мере того, как ей сообщают все больше деталей об организации, например: *Marian is a vegetarian, Meagan is vegan, and Carrie*

and a few other luminaries, like Gerwig and Larson, won't eat dairy. Комичность ситуации состоит в том, что комментарии о вкусовых предпочтениях гостей звучат как скороговорки, – это приводит к непониманию и возникновению других комических ситуаций.

4. Для сопоставления нами привлечены три варианта перевода сериала на русский язык: студий NewStudio (П1) и TVShows (П2), а также дублированный перевод от кинокомпании «Невафильм» (П3), выполненный по заказу продюсеров. Трудность передачи скороговорок видна по приведенным примерам переводов указанной выше фразы.

П1: *Марьянка – вегетарианка, Меган – веган, а Кэрри и ее дочери не пьют молочку.*

П2: *Мэриан – вегетарианка, Меган – веганка, другие звездочки вроде Кэрри, Герwig и Ларсон, не едят молочку.*

П3: *Мериэн – вегетарианка, а вот Меган у нас веган, а у Кэрри и ее знаменитых дочек непереносимость молочки.*

5. Перед переводчиком встает задача передать скороговорки по-русски, сохранив языковую игру и не потеряв ее аксиологическую составляющую. Оценка соответствия перевода оригиналу должна осуществляться, очевидно, с учетом ритма и рифмы.

Библиографические ссылки

Купина И. А. Руководящие ценности россиян в эпоху пандемии коронавируса // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2021. Т. 27, № 2. С. 74–83.

Муль И. И. Об аллюзивно-имитативном принципе языковой игры в современной скороговорке // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 4. С. 457.

Осаволок О. И. Скороговорка: игра звуков и смыслов // Риторика. Лингвистика. 2022. № 17. С. 84–97.

Пунина А. А. Способы организации языковой игры в русских скороговорках // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2012. № 5 (20). С. 61–65.

Сковородников А. П. Языковая игра // Эффективное речевое общение: базовые компетенции : словарь-справочник / под ред. А. П. Сковородникова. Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2014. С. 787–788.

ЦЕННОСТНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОПУЛЯРНЫХ МОЛОДЕЖНЫХ ДИСКУРСОВ

В результате контент-анализа трех типов дискурсов, популярных в молодежной среде, выявляются аксиологические параметры современного студенческого узуса. Сравнение песенного (30 песенных текстов) и игрового (общение игроков и комментаторов 10 компьютерных игр Dota 2) контентов с устными спонтанными монологами студентов саратовских вузов (36 самопрезентаций на занятиях по курсам «Риторика», «Культура речи») позволяет установить существенные различия представленных в данных дискурсах ценностных ориентаций. Различия обнаруживаются по следующим аксиологическим параметрам: самопредставление молодых людей, образ жизни, окружающее их пространство, характер используемых языковых единиц.

Герой или героиня песенных текстов – это, как правило, привлекательные внешне молодые люди, переживающие влюбленность, злоупотребляющие алкоголем или наркотиками; важная характерная черта этих молодых людей – разное финансовое положение. Игрок компьютерных сражений скрыт за никнеймом и ролевой маской, с помощью которых превращается в фантастического персонажа. Среди студентов – кандидат в мастера спорта по тайскому боксу; солист ансамбля русских народных танцев; выпускник театральной студии; волонтер роты боевого братства, отправляющий гуманитарную помощь на фронт.

Образ жизни молодых людей в песенном пространстве: *вечеринки; тусовки; бары*. Приоритет сексуальных отношений между влюбленными: *я люблю ее тело, сладко, будто Nutella; ты подкатил, и она запала; я на ней сдвинул*. Игрок виртуального игро-

вого гейминга преодолевает опасности, участвует в военных действиях, атакует, стреляет, нападает. Только для обозначения убийства в игре используется ряд слов: *килл* (англ. kill – *убить*), *фраг* (англ. frag – *единица измерения поверженных соперников*), *минус* (в значении *исчезновение, выход игрока из виртуального действия*). Студенты учатся и мечтают стать преподавателями, юристами, политиками, писателями.

Окружающее пространство, в котором живут герои песен, – или *хрущевка; грязный город; страшная пятиэтажка*, или *пати*, где собираются сливки общества. Дотеры действуют в виртуальном пространстве, где царят жестокие нравы, главенствует грубая сила. В реальной картине мира студентов огромную роль играют семья и старшие наставники – школьный учитель, спортивный тренер. О своем родном городе, селе, о своей республике ребята говорят с любовью.

Различны языковые характеристики анализируемых дискурсов. Лексическая основа популярных песен: жаргонная – *подкатить, запасть* (влюбиться); иноязычная – *бейби, пати*; обценная лексика и интернет-лексика – *блэк, лайк, сториз*. Игровой сленг киберспорта составляют преимущественно английские заимствования разного формата и разной степени приспособления к системе русского языка. Учебный же дискурс студентов – это литературная устная речь, которой свойственны черты профориентации ребят: в речи студентов-юристов чаще встречаются обороты книжного и делового характера, тогда как речь филологов более естественна и свободна.

Таким образом, сопоставление трех типов дискурсов, оказывающих наиболее сильное влияние на современное молодое поколение, показало, что популярные песенный и игровой контент навязывают российской молодежи нравственные устои, далекие от основополагающих ценностных ориентиров российского общества. Однако молодое поколение страны, несмотря на агрессивное влияние инородных для отечественной культуры дискурсивных практик, сохраняет традиционные ценностные ориентиры, что обнаруживается в реальном студенческом дискурсе.

О. А. Михайлова
УрФУ, Екатеринбург, Россия

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ СЛОВАРЯХ РУССКОГО ЯЗЫКА

Ценности есть выражение субъектно-объектного отношения человека к различным проявлениям в жизни частного и общественного, и вследствие этого понятие «ценность» обладает четким оценочным оттенком. Категория языковой оценки связана с теорией ценностей – аксиологией – и обусловлена принятыми в данном обществе ценностными ориентациями, соотносимыми с уровнями аксиологической шкалы: *хорошо* – *плохо*.

Оценочные слова описываются в составе словарей разных типов – толковых, идеографических, стилистических. В соответствии с назначением словаря и его адресатом аксиологическая информация представляется с разной степенью полноты и закрепляется в разных зонах словарной статьи.

В лексикографической традиции известны два способа толкования и фиксации коннотативного значения в словаре: через отражение в дефиниции и с помощью стилистической пометы.

Традиционные толковые словари содержат стилистические пометы, однако в целом система стилистических помет далека от совершенства. В каждом толковом словаре применяется свой набор помет, иногда значительно отличающийся от системы других толковых словарей. Кроме того, в существующей лексикографической практике и не всегда разграничиваются, и не последовательно используются стилистические и эмоционально-экспрессивные пометы. Оценочные признаки, обозначенные наиболее частотными пометами *шутл.*, *ирон.*, *прелебр.*, *презр.*, *неодобр.*, *бран.*, выра-

жают отрицательную оценку, но не выстраиваются в единый ряд по степени «отрицательности».

В докладе будут рассмотрены «Толковый словарь языка Совдепии» (В. М. Мокиенко, Т. Г. Никитина) и «Стилистический словарь публицистики» (Г. Я. Солганик), в которых система стилистических помет имеет особое значение, так как в публицистике очень важна оценочная окраска слова (см.: [Мокиенко, Никитина, Солганик]).

Наличие в семеме не только коннотации, зафиксированной с помощью стилистической пометы, но и оценочного компонента в составе денотативного значения передаются в зоне толкования словарной статьи: *Блаттик* – «человек, пользующийся связями, знакомством для получения, достижения чего-л. *незаконным способом*» [Мокиенко, Никитина, с. 56].

Зона иллюстрации призвана дополнить картину сочетаемости и продемонстрировать употребление языковой единицы в реальном контексте, который эксплицирует оценочную семантику: *Социалистическое общество осуждает лецанскую психологию «вещизма»* [Мокиенко, Никитина, с. 80]; *Трудовые династии... Везде им особый почет за преданность своему заводу, фабрике, колхозу* [Солганик, с. 158].

В новых словарях выделяются специальные параметрические зоны словарной статьи, передающие аксиологическую информацию, в частности зона PRAGM, в которой описаны условия – контекстные, ситуативные, социальные, историко-культурные и т. п. – употребления данной единицы в речи.

В докладе будут представлены словарные описания ряда слов, принадлежащих к аксиологически маркированной группе.

Библиографические ссылки

Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Толковый словарь языка Совдепии. Санкт-Петербург : Фолио-пресс, 1998. 700 с.

Солганик Г. Я. Стилистический словарь публицистики : Около 6 000 слов и выражений. Москва : Русские словари, 1999. 647 с.

ОЦЕНОЧНАЯ МАРКИРОВАННОСТЬ В НОМИНАЦИЯХ НОВЫХ ОНОМАСТИЧЕСКИХ СФЕР

В современном городском пространстве постоянно открываются новые номинативные сферы, в которых проявляются творческий потенциал номинаторов и их ценностные предпочтения. В связи с возросшей популярностью интеллектуальных игр образовался новый класс неймов – номинаций команд игроков, которые мы назвали *геймеронимы*.

Процесс создания геймеронима, выбор фонетического облика слова обусловлен рядом факторов: возрастными характеристиками участников игры; уровнем образования; следованием моде; креативными возможностями номинаторов.

В разговорной речи молодежи ярко выражено стремление к экспрессивности, образности, оценочности. Эти установки лежат в основе номинативной деятельности представителей молодого поколения.

Можно выделить несколько типичных способов образования оценочных номинаций геймеронимов.

1. Образование при использовании техники игровой реноминации «путем введения нового “корня” в модельную сетку готовых узуальных слов» [Гридина, с. 51]: *Шальные оператрицы* (вместо императрицы); *Хряцик Пандоры* (вместо яцик).

2. Образование на основе ассоциативной координации или на контрасте: *Всех на call*; *Фарш Мендельсона*.

3. Образование на основе аллюзии: *Правые палочки Twix*; *Муля, не первируй*; *Бэтмен и Робин ван Перси*.

4. Формально-смысловая трансформация прецедентных текстов: *Грачи улетели; Альфа у кентавра; Ума палата номер 6.*

Процесс номинирования предполагает не только когнитивную деятельность, но и творческую активность языковой личности. Современный социокультурный контекст, а также сфера функционирования онимов определяют выбор наиболее продуктивных лингвокреативных приемов образования геймеронимов, которые, по мнению большинства активных участников, должны быть оригинальными и уникальными, привлекать внимание аудитории, запоминаться, вызывать положительную или пронижную реакцию, а также ассоциации с желаемым образом, в котором хотела бы утвердиться команда.

Библиографическая ссылка

Гридина Т. А. Языковая игра в художественном тексте. 2-е изд. / Урал. гос. пед. ун-т. Екатеринбург : [б. и.], 2012. 165 с.

РУССКИЙ ЯЗЫК В АСПЕКТЕ КОММУНИКАТИВНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Вступая в коммуникацию, мы всегда – осознанно или, чаще, подсознательно – выбираем из множества альтернативных языковых выражений, решая тем самым сравнительно-аксиологическую по своей природе проблему, поскольку, останавливаясь на каком-то из вариантов, мы так или иначе оцениваем его выше, чем отвергнутое.

Как и в иных сферах, в коммуникативной области есть ценности подлинные, опирающиеся на вековые традиции, и ценности мнимые, эфемерные, весьма влиятельные сейчас, но быстро и бесследно проходящие, как мода на что-то вычурное. К непреходящим ценностям нашего языка, безусловно, принадлежит его церковнославянская составляющая, благодаря которой русский (славяно-русский) литературный язык получил, по мнению А. С. Пушкина, «неоспоримое превосходство перед всеми европейскими» [Пушкин, с. 11].

Не раз на протяжении истории различных стилей русского языка появлялись и сомнительные коммуникативные «ценности» (избыточные заимствования из европейских языков, вызывавшие в литературной среде и в гуманитарной науке острые дискуссии, или «новояз» советской эпохи). Но ни языковые новшества Петровской эпохи, ни позднейшее нашествие галлицизмов не поколебали глубинной церковнославянской основы русского литературного языка. Ибо «язык наш неразрывно сросся с глаголами церкви... и не может быть обмирщен в глубинах» [Иванов, с. 149].

Так казалось. Однако ныне, как никогда ранее, в семиосфере нашей культуры традиционным ценностям русского языка вновь

весьма активно (если не сказать агрессивно) противостоит иноязычная стихия – бесчисленные англоязычные новообразования, заполнившие глобальное информационное пространство. В редких случаях употребление англоязычного неологизма оправдано неким номинативным удобством. Чаще причиной является лень умственная, а еще чаще – укоренившиеся в сознании обывателя оценочные стереотипы, в том числе и представление о том, что иноязычное более престижно, чем свое, русское.

Наверно, идея думских депутатов принять закон о запрете иностранных слов (см.: [Госдума приняла закон ...]) обречена на провал. Впрочем, во-первых, вряд ли в законе речь может идти о запрете всех англоязычных неологизмов и во всех сферах коммуникации, а во-вторых, идеи о законодательных запретах в коммуникативной области отнюдь не новы. Согласимся, что закон здесь бессилён. И что дальше? Уповать на то, что наш язык справится с новым вызовом? История-де не новая, и язык всякий раз справлялся с иноязычным нашествием, оставаясь «великим и могучим». Но язык велик не только благодаря своему великому прошлому, но и при условии, что у него есть «полноценное коммуникативное настоящее». Но полноценно ли оно? Я вижу, как редко, увы, нынешние студенты улавливают литературные реминисценции, хорошо владея «новоязом интернета», и совсем невняты им библейские фразеологизмы.

Для меня вопрос не в том, насколько опасны для нашей духовной самобытности означенные здесь изменения в системе коммуникативных ценностей, а в том, как устранить новые угрозы. Уверен, что спасение не в запрете чужого и чуждого, но в деятельной защите подлинных ценностей языка.

Библиографические ссылки

Госдума приняла закон о защите русского языка от заимствований // Lenta.ru : сайт. URL: <https://lenta.ru/news/2023/02/16/words> (дата обращения: 14.03.2023).

Иванов Вяч. П. Наш язык // Из глубины : сб. ст. о русской революции. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1990. С. 145–150.

Пушкин А. С. Собрание сочинений. В 10 томах. Том 6. Критика и публицистика. Москва : ГИХЛ, 1962. 590 с.

ЦЕННОСТИ ГЕРОЯ И ЧИТАТЕЛЯ: ПРОБЛЕМА ВОСПРИЯТИЯ РОМАНА Э. ДОНОХЬЮ «КОМНАТА»

«Комнату» Э. Донохью (2010) на первый взгляд можно назвать типичной в рамках жанра триллера историей женщины и ее ребенка, несколько лет находившихся в заточении у маньяка. За время, проведенное в плену в одном помещении (Комнате), женщина рождает сына, Джека. Именно он является рассказчиком и главным героем, что кардинально влияет на восприятие романа. Донохью сосредотачивает свое внимание на мальчике 5 лет, изображает ребенка, переживающего две травмирующие ситуации. Первая – это жизнь в Комнате: взаперти, в небольшом замкнутом пространстве. Вторая – это жизнь вне Комнаты, процесс адаптации к жизни в обществе.

Восприятие Комнаты Джеком и восприятие комнаты его матерью сильно различаются.

Матери Джека было 19, когда ее похитили, она провела в неволе 7 лет, постоянно подвергаясь насилию со стороны своего похитителя, родила мертвую девочку, а затем – Джека. Она ненавидит Комнату и все, что с ней связано.

Для Джека все иначе. Он провел всю жизнь в Комнате и не знает, какова жизнь за ее пределами. Пока мама не рассказала ему всей правды относительно их ситуации, он и не подозревал, что его жизнь отличается от жизни других людей. Он даже не думал о других людях, так как был уверен, что всё за пределами Комнаты, как и всё, что он видит по телевизору, – нереально. Эту иллюзию в нем поддерживала мама, стремясь защитить детскую психику и обеспечить Джеку нормальное детство, насколько это возможно. Из-за этого для Джека более травмирующей является жизнь вне Комнаты. Мир и жизнь за пределами Комнаты пугают его.

Система ценностей Джека, для которого жизнь в Комнате является нормой, а жизнь за ее пределами вызывает страх, не соответствует системе ценностей предполагаемого читателя. Джек расстраивается, когда узнает, что он больше никогда не вернется в Комнату, и его реакция читателю может быть непонятна.

Но роман не просто так делится на условные две части (жизнь в Комнате и жизнь вне Комнаты) и не заканчивается сразу после освобождения героев. Для читателя долгожданное обретение свободы было бы логичным и счастливым финалом истории, но это не так для Джека. Чтобы понять это, читателю необходимо взглянуть на ситуацию не с точки зрения своих ценностных ориентиров, но с точки зрения системы ценностей героя. Для него Комната – место безопасности, место, полное детских воспоминаний.

Однако некоторым «трудно принять привязанность Джека к его тюрьме» [Caracciolo, p. 199]. Соответственно, чтобы лучше понять Джека, читатели должны приложить усилия и «переосмыслить свою собственную повседневную реальность с точки зрения ребенка, который тоскует по несвободе» [Ibid., p. 200].

Библиографическая ссылка

Caracciolo M. Two Child Narrators: Defamiliarization, Empathy, and Reader-Response in Mark Haddon's *The Curious Incident* and Emma Donoghue's *Room* // *Semiotica*. 2014. Vol. 202. P. 183–205.

ХОТЯ ДВИЖЕТ ТЕКСТ: ТЕКСТООБРАЗУЮЩИЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЮЗА

Не выполняя номинативной функции, служебные слова организуют поток слов в единство. Помимо собственно грамматической роли союзы – наравне с другими частями речи – нередко выполняют текстообразующую функцию, начинают «двигать» текст (см.: [Норман, с. 355]).

Лексемы *хотя / хоть* в русском языке являются полифункциональными: они выступают и как союз, и как частица. В роли частицы *хотя / хоть* могут иметь усилительное значение, соответствующее словам *даже* или *по крайней мере*, ср.: *75 % жителей планеты получают хотя бы одну дозу вакцины и 75 % жителей планеты получают по крайней мере одну дозу вакцины* (Ведомости. 2021. 26 дек.). А также выделительное значение, соответствующее словам *например, к примеру*: *Вот хотя бы «Ромео и Джульетта» База Лурмана – чудесная же экранизация* (Lenta.ru. 2016. 2 июля).

В роли союза *хотя* относится к группе подчинительных, соответствуя по значению союзу *несмотря на то, что*, и в то же время входит в группу сочинительных, сближаясь с противительным союзом *но*.

Текстообразующую функцию союз *хотя* выполняет именно в качестве сочинительного (1-2). Использование союза *хотя* «переворачивает» читательское восприятие, не только внося новые смысловые оттенки, но и «двигая» текст: содержание, заключенное в Q, не опровергается предложением P, в котором содержится информация об альтернативном допустимом развитии событий.

(1) (Q) *А разрешения на добычу этого зверя не было.* (P) *Хотя депутат думал, что у его друзей имелся такой документ* (Парламентская газета. 2021. 31 дек.).

(2) (Q) *Через час-два пакет обязательно кто-нибудь заберет и оставит в ответ записку «Спасибо за помощь!».* (P) *Хотя в Европе, конечно, так не делают* (Ведомости. 2013. 29 марта).

Ситуация P, располагаясь в постпозиции, вносит в отношения между предложениями семантику «обманутого ожидания». Появляется соотношение «реальное – ирреальное». Оба предложения воспринимаются как «реальные», однако с объективной реальностью соотносится Q, логическим продолжением которого является P. И предложение с *хотя* становится своего рода антиследствием (не-Q). Подобные отношения имеют характер парадокса и содержат имплицитные оценочные смыслы.

Библиографическая ссылка

Норман Б. Ю. Прагматический потенциал русской лексики и грамматики. Екатеринбург ; Москва : Кабинетный ученый, 2018. 464 с.

АКСИОЛОГИЧНОСТЬ ЭТНОЯЗЫКОВЫХ ДОМИНАНТ ИСПАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ

Любая мировая лингвокультура отличается аксиологичностью. Набор ценностей, разделяемых представителями той или иной лингвокультуры, обуславливается ее характеристиками и особенностями этноязыкового сознания ее носителей (см.: [Бобырева, с. 94]). Под этноязыковым сознанием понимается культурно детерминированный инвариантный образ мира, соотнесенный с особенностями национальной культуры и психологии. «Этноязыковое сознание – это “ансамбль” когнитивно-эмотивных и аксиологических структур, национальная маркированность которых обеспечивает их вариабельность от одной культуры к другой» [Привалова, с. 78].

Константами языкового сознания нации выступают константы культуры, или этнокультурные константы. Константы культуры антропоцентричны, поскольку зависят от человека как субъекта культуры. Для любой нации мир выступает не внешне заданной естественной реальностью, а действительностью, формирующейся в ходе культурного развития человека, а культурные константы представляют собой инструмент упорядочения и рационализации получаемого опыта.

Е. В. Головнева в структуре этноязыкового сознания разграничивает когнитивную, ценностно-регулятивную и эмоционально-волевую сферы (см.: [Головнева, с. 170]). Коммуникативная личность выступает носителем культурно-языковых и коммуникативно-деятельностных ценностей.

Изучение ценностей любой этноязыковой лингвокультуры основывается на следующих положениях: 1) ценностная картина

любого языка содержит общечеловеческий и национальный компоненты; 2) ценностная картина реконструируется в виде взаимосвязанных оценочных суждений, которые соотносятся с юридическими, религиозными, моральными нормами; 3) ценностная картина включает наиболее существенные для данной культуры смыслы, ценностные доминанты, совокупность которых образует определенный тип культуры, поддерживаемый и сохраняемый в языке.

Одной из этноязыковых доминант испанской лингвокультуры является праздник (*fiesta*), выступающий как мегаконцепт и охватывающий практически все сферы жизни. В Испании нельзя представить существование человека вне многослойной концептосферы праздника. Испанская лексическая единица *fiesta* восходит к латинскому *festā* – «соборание для выражения радости».

Праздник в Испании – понятие многосложное, он может порождать и совершенно противоположные проявлению радости эмоции и состояния – горе, тоску, страдание, скуку, апатию и т. п. Дуализм праздника ярко проявляется в таких знаковых понятиях, как фламенко, коррида, пасхальная неделя и другие религиозные события, которые несут в себе такие семантические компоненты, как смерть и торжество жизни, скорбь и радость, счастье и отчаяние и т. п.

Константами русской лингвокультуры выступают феномены, связанные с психическим складом характера человека, – «душа», «судьба», «тоска» (см.: [Вежицкая]), а ценностную картину испанского национального сознания формируют такие константы, как «праздник» *fiesta*, «искусство жить» и т. п., «межличностная коммуникация», «семейные ценности».

Праздник выступает не только способом выражения национального характера и возможностью отдохнуть, но и (в большей мере) выражением принадлежности к определенной социальной группе.

Три, безусловно, специфических компонента в испанской картине мира – фламенко, fiesta и коррида. Фламенко – это этнокультурный символ Испании, заключающий в себе скрытое выражение сочетания свободы и борьбы. Испанское фламенко пред-

ставляет собой особый язык, а также, в какой-то степени, особый вид коммуникации, в которой каждый элемент имеет глубокое символическое и культурно-историческое значение и несет философский смысл.

Доминантными единицами при концептуализации корриды являются азарт, эмоция радости, которая репрезентируется в двух полярных проявлениях (радость – восторг и радость – отвращение).

На наш взгляд, фиеста может быть рассмотрена в качестве некоего общего понятия, тогда как фламенко и коррида выступают его составными частями, формируя, в конечном счете, своеобразную, специфическую картину испанского праздника.

Изучение национальной самобытности этноса на материале его исторических и культурных традиций является необходимым элементом для взаимодействия народов разных стран, для межкультурной коммуникации.

Библиографические ссылки

Бобырева Е. В. Рефлексия мифологического в языке и культуре // Лингвокультурные ценности в языковом сознании и коммуникативной практике : материалы Международ. науч. конф. / под ред. В. И. Карасика. Тяньцзинь : Изд-во Тяньцзиньского ун-та, 2018. С. 88–96.

Вежбицкая А. Понимание культур через посредство ключевых слов. Москва : Языки славянской культуры, 2001. 287 с.

Головнева Е. В. Истоки и компоненты этнического самосознания как социокультурного феномена // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2012. Т. 104. №3. С. 169–175.

Привалова И. В. Национально-культурные ценности в художественном тексте // Русский язык за рубежом. 2004. № 1. С. 76–80.

ЭМОТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО БИБЛЕЙСКОГО ТЕКСТА: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Размышление над ценностями характерно для всех сфер познания: религии, науки, искусства, философии. Субъектом ценностного отношения выступает человек: вне человека вести речь о ценностях невозможно, поскольку в природе ценностей нет.

«Ценность» ценностей может быть разной. Так, довольно часто речь идет о высших ценностях, которые в разных социокультурных контекстах могут различаться. Высшая степень ценного рассматривается как одно из определений идеала. Ср.: идеал – «высшая степень ценного или наилучшее, завершенное состояние какого-либо явления» [Апресян, с. 71].

Нередко акцентирование той или иной сущностной характеристики человека производится с помощью бинарных словосочетаний с ядерным компонентом homo: homo sapiens, homo loquens, homo sentiens, homo poeticus и пр. Думается, что одним из сущностных свойств человека является его потребность в идеале. Данная мысль предельно четко артикулируется А. А. Ухтомским: «Человек живет “невидимым яко видимым”, он есть существо идеалистическое – это в нем главное!» [Ухтомский, с. 334] (курсив мой. – С. П.). В качестве идеалов мыслитель называет дружбу, преданность, любовь. Для религиозного сознания (homo religiosus) высшая ценность – это, безусловно, Бог.

Важнейшим источником знаний о Боге является сакральный текст. Смысловой категорией данного текста, детерминирующей его структуру и семантику, признается *сакральность*. Эта кате-

гория репрезентируется посредством разноуровневых языковых средств и функционально направлена на репрезентацию особого типа знания – сакрального (знание о Боге, знание об отношении Бога к человеку, знание о посмертной участи человека). Сказанное определяет специфику, в частности, эмотивного пространства библейского текста.

Данное пространство конституируется тремя группами эмотивных смыслов:

- смыслы нуминозные, реализуемые в координате «человек → Бог» (см.: [Пашков, 2018]);
- смыслы атрибутированные, реализуемые в координате «Бог → человек» (см.: [Пашков, 2020]);
- смыслы «междучеловеческие» (М. М. Бахтин), реализуемые в координате «человек ↔ человек».

Первые две группы репрезентируемых эмотивных смыслов являются доминирующими.

«Междучеловеческие» эмотивные смыслы представлены гораздо меньше. Их незначительность объясняется тем, что человек, в отличие от художественного текста, не является предметом изображения в библейском (сакральном) тексте. Ветхозаветные пророки и евангелисты, согласно библейскому тексту, призваны в первую очередь нести Слово Творца о мире и человеке, а не исследовать душевный мир себе подобных.

Резюмируем вышесказанное. Сакральность, репрезентирующая знание о Боге как высшей ценности религиозного сознания, детерминирует структуру и семантику библейского текста. Особой модификации подвергается эмотивная семантика данного текста. Незначительность эмотивных смыслов в координате «человек ↔ человек» дополнительно свидетельствует о теоцентризме Библии и дает основание выводить библейский текст из художественного дискурса, для которого, как известно, характерен абсолютный антропоцентризм.

Библиографические ссылки

Апресян Р. Г. Идеал // Новая философская энциклопедия. В 4 томах. Том 2. Москва : Мысль, 2010. С. 71–72.

Пашков С. М. Языковые средства репрезентации нуминозных эмоций (на материале англоязычного текста Библии) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2018. Т. 17, № 1. С. 52–62.

Пашков С. М. Бог и эмоции: опыт эмотивного анализа // Russian Journal of Linguistics. 2020. Т. 24, № 2. С. 449–466.

Ухтомский А. А. Доминанта. Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2002. 448 с.

О ЛЕСТНИЦАХ И ЛИФТАХ: ОЦЕНОЧНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ МЕТАФОРЫ КАРЬЕРЫ

В Толковом словаре современного русского языка слово *карьер* представлено в двух значениях: «1. Род занятий, деятельности. 2. Путь к успехам, видному положению в обществе, на служебном поприще, а также само достижение такого положения» [Толковый словарь ... , с. 327]. Семантика пути, проявленная во 2-м значении, была отражена еще в словаре В. И. Даля, фиксирующего данное заимствованное слово в старой форме, бытовавшей в XIX в.: «КАРЬЕР м. *карьер* ж. фрнц. Путь, ход, поприще жизни, службы, успехов и достижения чего. | *Карьер*, скачка во весь опор, во весь дух; конская побежка вскачь» [Даль, с. 82]. Данные толкования задают семы, на основе которых формируется метафорическое представление о карьере: движение и скорость этого процесса.

Метафорическое представление о пути человека, делающего карьеру, конструируется не в горизонтально, а в вертикально ориентированной системе координат. «Оценки по вертикали всегда определены: верх – “хорошо”, низ – “плохо” или, во всяком случае, “хуже”» [Ермакова, с. 294]. «Нижние точки пространства соотносятся с негативными эмоциями, высшие – с положительными, перемещение снизу вверх может означать улучшение качества эмоции, а сверху вниз – наоборот, ухудшение» [Гусейн-Заде, с. 9]. Представление о карьерном росте связано с идеей движения наверх, поэтому метафоры, отражающие это представление, можно назвать ориентационными.

Устойчивый оборот *построить карьеру* задает метафорическую модель КАРЬЕРА – ЗДАНИЕ. В рамках этой когнитивной

модели неудивительно появление метафор *карьерная (социальная) лестница / карьерный (социальный) лифт*, которые легли в основу оценочной интерпретации карьеры. На первый взгляд синонимичные словосочетания *служебная лестница* и *служебный лифт* обычно фиксируются в публицистике в прямом значении, поэтому не были использованы в нашем исследовании. Данные мониторинговой компании «Интегрум», включающие материалы русскоязычных региональных и федеральных СМИ, показывают последовательную активизацию использования оборота с прилагательным *карьерный* и скачкообразный рост употребления словосочетаний с существительным *лифт*.

Метафора *карьерная лестница* опирается на семантику опорного существительного: *лестница* – «сооружение в виде ряда ступеней для подъема и спуска» [Толковый словарь ... , с. 404]. «При метафорическом осмыслении лестницы оценка обусловлена направлением движения: лестница метафорически интерпретируется как объект, позволяющий “низу” стать “верхом”» [Потурасва, с. 45]. Описание карьеры человека с помощью такого оборота даст возможность подчеркнуть идею постепенного, а значит, логичного карьерного роста, который заслуживает одобрения: ... в 2003 году директором назначили Ирину Скибу, трудившуюся в зоопарке с 1982 года и прошедшую все ступеньки карьерной лестницы начиная с рабочей должности в ветеринарном секторе (Наша версия. 2023. 27 марта); Постоянно совершенствуясь, рабочий может продвинуться по карьерной лестнице до должности начальника участка, а у инженера есть возможность получить руководящую должность и даже дорасти до директора предприятия (Вечерняя Москва. Утренний выпуск. 2023. 27 марта). Карьерный рост в данном случае описывается как результат самостоятельных усилий субъекта, который *продвигается и поднимается, проходит все ступеньки, карабкается*. Подъем по карьерной лестнице требует определенного времени, поэтому оказаться на верхней ступени можно по достижении определенного возраста, что согласуется с естественным течением жизненного цикла.

Выражение *социальная лестница* может использоваться в схожих контекстах, указывая на профессиональное совершенствование субъекта и повышение его благосостояния: *В качестве примера Матисен рассказывает историю одного своего клиента, который, будучи классическим «карьероцентриком», на протяжении десяти лет бодро поднимался по социальной лестнице* (Компания. 2007. 22 янв.). Однако в значительной части контекстов метафорой *социальная лестница* актуализируется представление о повышении социального статуса, о сближении с определенной категорией граждан, то есть о переходе на определенную ступень: *Ипотека – это не просто покупка недвижимости в кредит, это социальная лестница, которая, даже если человек к этому не сильно расположен, позволит ему подняться в средний класс* (Известия (Москва). 2008. 14 апр.). Если по карьерной лестнице можно идти только вверх, то по социальной лестнице при определенных обстоятельствах можно и спуститься: *Если в Европе и Америке вниз по социальной лестнице опускается в основном молодежь, то в Китае еще и пожилые люди* (РБК. 2014. 1 февр.). Также на социальной лестнице можно просто находиться, то есть не менять свой социальный статус, не реализовывать свои навыки для достижения успеха: *Православные женщины по социальной лестнице не поднимаются* (Московский комсомолец. 2002. 2 июля); *Мигранты и их потомки находились в самом низу социальной лестницы – часто даже на уровне не пролетариата, а субпролетариата* (Эксперт. 2005. 14 нояб.).

Метафора *карьерного (социального) лифта* актуализируется в начале XXI в. СМИ начинают тиражировать высказывания политиков, которые используют это образное выражение. *Лифт* – «вертикально движущийся подъемник с кабиной для перемещения людей, грузов» [Толковый словарь ..., с. 410]. Контексты со словосочетаниями *карьерный лифт* и *социальный лифт* подчеркивают идею моментальности карьерного взлета, что может быть осмысленно в ироническом или резко негативном ключе: *Экономика страны развивалась так бурно, что, казалось, ткни пальцем в карту*

родины – и попадешь на комсомольскую стройку, где жизнь бьет ключом, а **карьерные лифты** не ходят, а летают (Огонек. 2020. 20 апр.). Формирующаяся негативная оценка субъектов, которые поднимаются на самый верх социальной иерархии слишком быстро, связана с представлением о незаслуженности высокой должности и высокого статуса: *Социальные лифты разрушены, не поднимают наверх достойных* (Московский комсомолец. 2012. 21 янв.); *Есть карьерная лестница, а есть еще скоростной карьерный лифт, но в него пускают только с родителями* (Там же. 2019. 6 марта); *В этой системе нет места «карьерным лифтам» для тех, кто не связан ни с одним из имеющихся в регионе кланов* (Ежедневная деловая газета РБК. 2016. 4 апр.). Журналистские контексты позволяют обнаружить те социальные институты и явления, которые могут послужить карьерными лифтами: таковыми становятся, например, школы, университеты, ЕГЭ, армия, спорт, разнообразные политические и социальные объединения. Ангажированность *карьерных (социальных) лифтов* делает их недоступными для простых людей, то есть, по сути, эти лифты перестают выполнять функцию перемещения субъекта снизу вверх: *Среди образованной молодежи тело раздражение – карьерные лифты не работают* (Комсомольская правда. 2022. 7 февр.); *А для большинства граждан социальный и карьерный лифт оказался закрытым* (Независимая газета. 2011. 23 июня).

Сравнивая журналистские контексты со словами *лестница* и *лифт* в метафорическом значении, можно выявить социально одобряемые карьерные установки. С одной стороны, для общества и личности значимо представление о заслуженном карьерном росте, а с другой – современное общество должно дать возможность талантливым профессионалам быстро достичь высокого социального статуса. Идея быстрой политической карьеры очень привлекательна для молодых амбициозных людей, однако может быть осуждена носителями традиционных взглядов на социальную иерархию.

Библиографические ссылки

Гусейн-Заде И. А. Метафора движения по вертикали в образной характеристике чувств и эмоций // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2012. № 1 (5). С. 5–10.

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4 томах. Том 2. И–О. Москва : ОЛМА Медиа Групп, 2007. 672 с.

Ермакова О. П. Пространственные метафоры в русском языке // Логический анализ языка. Язык пространств. Москва : Языки русской культуры, 2000. С. 289–298.

Потураева Е. А. Образ дома в отражении русской языковой метафоры // Вестник Томского государственного университета. 2009. № 318. С. 44–47.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. Москва : Азбуковник, 2011. 1175 с.

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ЛОКАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ НА ОСНОВЕ ЦИФРОВЫХ ДАННЫХ

Измерение и оценка локальной идентичности могут осуществляться при помощи современных методов анализа больших данных, что не противоречит исследованиям в области медиаурбанистики, рассматривающим коммуникативные практики в современном пространстве города, отражение исторической памяти в городском ландшафте и все иные аспекты социальной идентичности человека (см.: [Язык большого города ...]). Парсинг данных из новых медиа и социальных сетей позволяет исследовать большие массивы информации на основании выбранных датасетов. Особенную ценность для измерения идентичности представляют региональные сообщества в социальных сетях. В качестве примера для отработки методологии с целью ее дальнейшего масштабирования был взят микрорайон Уралмаш. Исследование информационной среды данного микрорайона проводилось по следующей модели:

1) составить список СМИ Уральского региона, телеграм-каналов, пабликов, социальных сетей и иных ресурсов, парсинг которых позволит создать выборку контекстов со словом «Уралмаш»;

2) сформировать датасеты, включающие единицы, репрезентирующие семантику региональной, локальной идентичности;

3) рассмотреть векторы между словом «Уралмаш» и словами, входящими в датасет, что позволит определить количественные показатели идентичности жителей этого микрорайона по языковым данным;

4) применить языковую модель для поиска именованных сущностей и вычленив из текстов места, адреса, найти их на карте

(визуализировать данные в зависимости от степени того или иного параметра идентичности).

Определенным этапом исследования в перспективе может также стать анализ публикаций, набравших высокий отклик в тематических сообществах микрорайона, что подразумевает кластеризацию и контент-анализ постов, получивших большое количество лайков, репостов, комментариев и просмотров, а также автоматический анализ их тональности.

В ходе исследования на данном этапе было проанализировано около 3 000 публикаций и охарактеризована историческая, культурная, архитектурная идентичность Уралмаша. Сложности исследования обусловлены несколькими факторами, среди которых – многозначность топонима. Уралмаш – это не только жилой микрорайон города, но и машиностроительное предприятие, спортивный клуб и наименование преступного сообщества.

Ассоциативный фон топонима оказывается довольно противоречивым, что хорошо отражает, например, следующий контекст: *Жители микрорайона Уралмаш, который у большинства горожан ассоциируется с событиями 90-х годов, характеризуют его как «родной», «уютный», «любимый» и «дружелюбный». Между тем у жителей других районов города Уралмаш ассоциируется с такими понятиями, как «гонимик» и «грязь»* (Областная газета. 2015. 27 июля).

Концепт завода исторически оказывал значительное влияние на формирование идентичности жителей Уралмаша (см.: [Грамотчикова, Енина]), однако в настоящее время происходит некоторое отторжение этого прежнего опыта и наблюдается попытка иначе конструировать локальную идентичность данного микрорайона.

Библиографические ссылки

Грамотчикова Н. Б., Енина Л. В. Первостроители Уралмаша как перформативный протект. Конструирование заводской идентичности. Екатеринбург : Москва : Кабинетный ученый. 2022. 282 с.

Язык большого города: медиаурбанистический дискурс в России и Китае : коллективная монография / под общ. ред. О. А. Леонтович. Москва : Гнозис. 2022. 288 с.

ЭПИСТОЛЯРНАЯ ИНТЕРАКЦИЯ В ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ (на материале жалобы пациента и официального ответа на нее)

Объект исследования – жалобы пациентов, недовольных медобслуживанием, и официальные ответы на них. Мы рассматриваем их как интеракцию: инициативное речевое действие (письмо-жалоба) и действие ответное (ответ на жалобу) (см.: [Ширинкина]). Опосредованное письменное диалогическое взаимодействие поддается лингвоаксиологическому фрагментированию: можно выделить ценностные тематические фрагменты на основе единства предметно-понятийной темы и тональности и ценностные коммуникативные фрагменты, смысловым содержанием которых является оценочное мнение о собеседнике и ситуации общения (см.: [Ценностное содержание ... , с. 20]). Опишем их.

Жалоба. *Обратилась 4 июня в неотложную помощь с переломом мизинца на левой ноге, отсидев почти 2 часа. Сделав снимок, выдали справку и отправили 6 июня к хирургу. При этом даже не стали накладывать гипс или лангету. Просто лейкопластырем замотали и все. 6 июня приехала к хирургу, где просидела с 10 до 14. Обратившись к заведующей, что помощь в выходные не была толком оказана, она сказала сидите и ждите, если вам нужен больничный*.*

Тема неотложной помощи поддержана лексикой медицинской семантики: *неотложная помощь, перелом мизинца, снимок*

*Фактологические данные (Ф. И. О., названия больниц, амбулаторий и проч.) пропущены. Орфография и пунктуация оригиналов сохранены.

(перелома), *справка, хирург, гипс, лангета, лейкопластырь, заведующая* (отделением неотложной помощи), *помощь, больничный*. Пациент исходит из презумпции качественной медпомощи, но его ценностные ожидания не оправдываются. Маркерами несоказания своевременной помощи становятся числительные *2 часа* (сидела), *с 10 до 14* (просидела); неопределенно-личные глагольные формы *выдали* (справку), *отправили, не стали накладывать* (гипс), *замотали* (лейкопластырем); чужая речь *сказала сидите и ждите*. Формируется отрицательная оценка действий медработников, эмоции возмущения и осуждения, которые создаются с помощью усилительной частицы *даже*; разговорной частицы *просто* в значении 'всего лишь, всего-навсего'; сочетания союза с обобщающим местоимением *и всё*; разговорного наречия *толкум* в значении 'хорошенько, как следует' (см.: [БТСРЯ]). Отсутствие гонорифических формул приветствия, обращения, прощания усиливает недовольство пациента. Данные маркеры указывают на нарушение дсонтической нормы: *Врачи сделали не так, как должно*.

Ответ. *Уважаемая И. О.!*

Ваше обращение в Министерство здравоохранения о ненадлежащем осмотре и оказании медицинской помощи дежурным врачом-хирургом приемного отделения рассмотрено на заседании врачебной комиссии по разбору жалоб.

Медицинская помощь оказана в полном объеме, после осмотра врачом-хирургом Вы были направлены на рентгенологическое исследование, которое не подтвердило факт перелома V пальца левой стопы. Электронный лист нетрудоспособности Вам оформлен со дня обращения за получением медицинской помощи...

Главный врач...

Тематическая цепочка письма поддерживает тему оказания медпомощи: *дежурный врач-хирург, осмотр, медицинская помощь в полном объеме, рентгенологическое исследование, факт перелома, электронный лист нетрудоспособности*. Глагольный ряд воплощает оппозитивную идею: *направлены* (на осмотр), *не подтвердило* (факт перелома), (лист нетрудоспособности) *оформлен* (со дня обращения). Мнение пациентки опровергается правомер-

ными действиями медработников: *объем помощи полный*, то есть ‘абсолютный, проявляющийся вполне, а не частично’.

Ценность внимательного отношения к больному вербализована этикетными маркерами *уважаемая, Вам, Вы*.

Итак, в письмах выявлен аксиологический конфликт. Ценность надлежащей медпомощи выражена оценочными контекстами.

Библиографические ссылки

БТСРЯ – Большой толковый словарь русского языка // Грамота.ру : сайт. URL: <http://www.gramota.ru/slovari/info/bts/> (дата обращения: 09.03.2023).

Ценностное содержание разговорного диалога : монография / Т. В. Матвеева, И. В. Шалина, И. Т. Вепрева [и др.] ; отв. ред. Т. В. Матвеева, И. В. Шалина. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. 228 с.

Ширинкина М. А. Письменный дискурс исполнительной власти в жанрово-стилистическом аспекте : автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Пермь. 2021. 42 с.

ВИЗУАЛЬНАЯ ПОЭТИКА РОМАНА И. А. БУНИНА «ЖИЗНЬ АРСЕНЬЕВА»: ПРОБЛЕМНО-ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТ

Для бунинской книги «Жизнь Арсеньева» (см.: [Бунин])^{*} характерна разветвленная визуальная поэтика. Это связано с особенностями сюжетики, композиции и хронотопа произведения, обусловленными спецификой миропонимания художника, его особым отношением к прошлому, к России, а также тем, что можно обозначить понятием «памятицентризм», выражающим основной пафос всего творчества писателя.

Опираясь на понимание прошлого как «длящегося настоящего» и соотнося опыт художника слова с опытом живописца, Бунин во многом выстраивает сюжет не последовательностью разворачивающихся событий, а рядоположенностью (*nebeneinander*) картин, воссоздаваемых памятью и воображением. Бунинскому мировидению были созвучны те онтологические принципы живописи, которые в свое время сформулировал П. Флоренский, а именно – «активная пассивность» [Флоренский, с. 82] в отношении к миру и то, что «живопись распространяет на пространство вещественность» [Там же, с. 109]. «Помню» в художественном мире Бунина означает не только «знаю», «представляю», «чувствую», но и обязательно «вижу» – во всей полноте и яркости красок, цветов, оттенков и положений. Многие живописно-изобразительные фрагменты вводятся помимо ключевых конструкций *вижу, картина, картины, глядел, смотрел, видел* назывными конструкциями с повторяющимися *Вот и...; И вот...; А вот...* и выдерживаются нередко в формах

^{*} Далее текст романа Бунина цитируется по этому изданию с указанием страниц в круглых скобках.

настоящего времени: *И вот я расту, познаю мир и жизнь... и вижу: жаркий полдень, белые облака плывут в синем небе* (с. 17); *Писарев... как сейчас вижу его, стройного, смуглого, чернобородого...* (с. 103); *Вот весенние сумерки, золотая Венера над садом, раскрыты в сад окна* (с. 127) и мн. др. Так создается в произведении реальность русского мира, над которой время не властно. Этот мир, «лик России просветленный», принадлежит, по Бунину, уже вечному, вневременному пространству культуры.

Художник опирается на литературный пикториализм, при котором реальность представлена как изображение, отличается подчеркнутой статичностью и яркими описаниями с акцентами на цветах, тенях и формах: *Так навсегда и осталась в моем воображении картина, представившаяся мне тогда: большой старый сад, весь уже по-осеннему проредевший, живописно обезображенный осенними дождями, бурями и первыми заморозками, засыпанный гниющей листвой, чернеющий стволами и сучьями и пестреющий остатками желтого и красного убора...* (с. 85) и мн. др.

Пейзажное и жанровое живописание сменяется портретами, созданными столь же мастерски: *... а из калитки его ворот вышла молоденькая монашка в грубых башмаках, в грубых черных одеждах, но такой тонкой, чистой, древнерусской иконописной красоты, что я, пораженный, даже остановился...* (с. 91) и мн. др.

Пикториализм соседствует в книге с экфрасисом, словесной иконой, кинематографическим письмом, усиливающими визуальный эффект от прошлого, пребывающего с нами «здесь и сейчас». А словесная икона выводит читателя непосредственно в сферу сакрального, связанного с изображением мира православия в книге.

Следовательно, визуальная поэтика может быть отнесена к тем факторам, которые формируют особый органический бунинский стиль, когда вопросы онтологии не присутствуют в качестве «довесков» к образному строю произведения, а воплощаются в изобразительном и выразительном художественном слове. Сущность жизни, главные ее смыслы открываются в живых картинах, дарованных читателю со всей полнотой и щедростью истинного художника, остающегося при этом художником слова.

Библиографические ссылки

Бунин И. А. Собрание сочинений. В 9 томах. Том 6. Москва : Худ. лит., 1966. 340 с.

Флоренский П. А. Анализ пространственности и времени в художественно-изобразительных произведениях. Москва : Прогресс, 1993. 324 с.

ПЕРЕВОД ТИТУЛОВ В РОМАНЕ С. Д. МААС «КОРОЛЕВСТВО ШИПОВ И РОЗ»: ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В рейтингах книг жанра Young Adult последнее время лидируют произведения о фейри – маленьких волшебных существах из легенд Англии, Шотландии и Уэльса (см.: [Прончатова]). Одной из первых о фейри в 2015 г. написала Сара Дж. Маас (см.: [Maas]). Официальную русскую версию этого романа – «Королевство шипов и роз» – выпустило издательство «Азбука», тоже в 2015 г. (переводчик Игорь Иванов). Известно, однако, что долгое ожидание популярных иностранных книг ведет к тому, что появляются любительские переводы – альтернатива профессиональному переводу. Так и случилось с романом Маас: еще до выхода издания «Азбуки» на просторах Интернета появился любительский перевод Kaga River (см.: [Maas]).

Любительский перевод выполняется не на заказ, а «по собственной инициативе переводчика, в большинстве случаев не имеющего специализированной профессиональной подготовки, для удовлетворения собственных интеллектуальных и эстетических потребностей» [Седова, с. 199]. Для таких вторичных текстов характерно использование средств машинного перевода типа Яндекс.Переводчик и Google Translate. При сравнении профессионального перевода с любительским переводом заметно, насколько буквально выполнен второй.

Оригинал: *The seven Courts of Prythian, each ruled by a **High Lord**, all of them deadly in their own way* [Maas, p. 128].

Профессиональный перевод: *Нашу часть острова занимают семь Дворов... У каждого есть **верховный правитель*** [Maas, 2015, с. 165].

Любительский перевод: *Семь Дворов Прифиана, в каждом из которых правит Высший Лорд, и все они смертоносны каждый по-своему* [Маас].

В докладе осуществляется идентификация «машинных» заимствований в любительском переводе Kara River. Выдвигается предположение о том, что лингвоспецифическими единицами, отражающими такие заимствования, являются обозначения титулов. Подтверждается это предположение и представленными далее вариантами приведенного выше предложения.

Яндекс.Переводчик: *Семь дворов Притиана, каждым из которых правит Верховный лорд, и все они по-своему смертоносны.*

Google Translate: *Семь Дворов Прифиана, каждым из которых правит Высший Лорд, каждый по-своему смертоносен.*

Из данных примеров видно, что словосочетание *High Lord* в переводе И. Иванова (издательство «Азбука») передано как *верховный правитель*. Любительский же вариант совпадает с Google Translate. На этом и других отрывках в докладе показано, что перевод Kara River более буквален, чем перевод И. Иванова, и имеет сходства с переводом машинным в отличие от перевода профессионального.

Библиографические ссылки

Маас С. Д. Королевство шипов и роз / пер. И. Иванов. Санкт-Петербург : Азбука, 2015. 512 с.

Маас С. Д. Двор шипов и роз / пер. Kara River // ВКонтакте : сайт. URL: <https://vk.com/acotar> (дата обращения: 16.03.2023).

Прончатова А. В. Железные артефакты в сюжете романа Сары Дж. Маас «Королевство шипов и роз» // Молодые голоса : сб. тр. / под ред. И. В. Шалиной. Екатеринбург : Ажур, 2023. С. 154–160.

Седова Ю. Н. К вопросу о соотношении профессионального и любительского перевода кинотекста // Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода : международ. сб. науч. ст. Вып. 8. Нижний Новгород : Альба, 2018. С. 198–203.

Maas S. J. A Court of Thorns and Roses. New York : Bloomsbury Children's Books, 2015. 416 p.

АСИММЕТРИЯ ОППОЗИТОВ *ГОРЯЧИЙ / ХОЛОДНЫЙ* В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Параметрическая бинарная оппозиция категорий *горячий / холодный* исследуется в ряду других измеримых органами чувств параметров с разных точек зрения. В рамках когнитивного анализа проводится реконструкция подсистемы знаний, связанных с температурной шкалой, и лексическими единицами, закрепляющими эти знания в языковой картине мира. В рамках концептуального анализа исследуется языковое поведение, то есть сочетаемость единиц, в том числе сочетаемость метафорическая. Сопоставительные исследования особенно ярко демонстрируют специфику «температурного» культурного кода. Китайские исследователи оппозиции *горячий / холодный* обратили также внимание на асимметрию оппозитивов и в отношении семантики лексем, и в отношении словообразования, и в отношении сочетаемости атрибутивов с предметными именами (см.: [荆宝莹]). Исследуя асимметрию семантики и функционирования оппозитивов внутри одного культурного кода, мы находим также асимметрию между китайским и русским культурными кодами, способами кодировки знаний в разных языковых картинах мира.

Лексемы *холодный* 冷 и *горячий* 热 (в своей частеречной принадлежности к прилагательным) могут рассматриваться в русской и китайской лингвокультурах и как оппозитивы, и как антонимы. Но в китайском языке существительное с базовым иероглифом 热能 имеется (условно: *горячесть*), а с базовым иероглифом 冷 существительного *холод* нет, для обозначения температурного состояния и разного рода метафор используется слово с другим корнем –

тепло. Существительное для обозначения высокой температуры при болезни типа *горячка* в китайском языке есть, а для обозначения состояния понижения температуры типа *переохлаждение* – нет. Еще сложнее с глагольными оппозициями. В прямом значении «повысить или понизить температуру предмета» глаголы *согреть* и *охладить* есть в обоих языках. Но модели образования переносных значений глаголов – разные. Например, глагол с переносным значением «загореться» в китайском языке помимо значения «страстно желать, рваться к чему-то» приобретает и значение «завидовать», а глагол модели *охладеть* помимо значения «разочароваться» приобретает в китайском языке значение «унывать, упасть духом» с более сильными коннотациями. Переносные значения прилагательных *холодный* 冷 и *горячий* 热 находятся в симметричных отношениях в китайских моделях «неходовой, никому не нужный» и «ходовой, популярный»; «тихий, глухой, заброшенный» и «оживленный». В русском языке ограничения на такие модели метафор накладывают и семантика прилагательных, и семантика существительных – предметные имена типа *товар, место* не сочетаются с такими признаками.

Температурные признаки связаны с поиском «абсолютных, но уже лингвистических (т. е. семантических) коррелятов для разных значений температурной шкалы» [Рахилина, с. 214]. Основные линии метафорического развития лексемы *горячий* связаны с семами «быстрый» и «интенсивный» в разных проявлениях: *по горячим следам, под горячую руку, горячие головы, горячая схватка, горячая дискуссия, горячая (жаркая) пора, горячие аплодисменты, горячее участие, горячий привет*. В китайской лингвокультуре линии метафорического развития лексемы 热 *горячий* те же, но частные модели другие, например: *горячая улица* (оживленная), *горячий чиновник / госслужащий* (влиятельный, уполномоченный). Лексема *холодный* в русской лингвокультуре больше описывает поведение человека: *холодный взгляд, на холодную голову*. В китайской же лингвокультуре лексема 冷 *холодный* может связываться и с местом (зброшенное место), и с действием: *холодный выстрел* (внезапный выстрел в спину, исподтишка). В русской

лингвокультуре традиционно метафорические значения являются символами: *горячий* – «символом заинтересованности, участия, эмоциональности, иногда персходящей границу и не позволяющей адекватно реагировать на что-либо»; *холодный* – «безучастности, равнодушия, отсутствия эмоциональности, порой необходимого для принятия разумного решения» [Григорьева, с. 163]. Некоторые из этих значений могут быть симметричными для китайской лингвокультуры, в других наблюдается асимметрия, третьи при внешней симметрии сочетаемости могут быть асимметричными в значении и оценке: *горячая кровь* по-русски – о вспыльчивом, импульсивном человеке, а по-китайски это словосочетание обозначает страсть и преданность делу.

Библиографические ссылки

Григорьева Т. В. Оценочно-символическая насыщенность оппозиции «горячий – холодный» // Вестник Костромского государственного университета. 2014. № 5. С. 160–163.

Рахилина Е. В. Когнитивный анализ предметных имен: семантика и сочетаемость. Москва : Русские словари, 2008. 416 с.

荆宝莹. 反义词“冷”“热”的不对称研究. 现代语文. 2017. №4. 页63–66 [// *Лин Баоинг*. Асимметричное исследование антонимов холодный и горячий // Современный китайский язык. 2017. № 4. С. 63–66]. Электрон. версия. URL: <https://m.fx361.com/news/2017/0608/3276490.html> (дата обращения: 20.05.2022).

ПРЕДМЕТНОСТЬ КАК ЦЕННОСТНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА (на материале прозы Ф. Искандера)

Предметность как категория поэтики, предметный мир как прием формирования смысла художественного текста, а не просто иллюстративный материал, фон, декорация, исследован А. П. Чудаковым на примере прозы Чехова (см.: [Чудаков]). Предметность как элемент поэтики проявляется в своеобразном по составу, структуре, интерпретации описании предметов как конкретных, так и абстрактных. Предметный мир по-разному, в разной степени и в разной функциональной нагруженности представлен в литературе. В массовой литературе (к ней нужно отнести и литературу соцреализма) предметность не имеет функциональной нагрузки, она является фоном действия. В литературе элитарной роль предметности значима, но она варьируется в широких пределах. В художественной системе некоторых писателей эта категория принципиально важна. Так, А. П. Чудаков исследовал и показал роль предметности в прозе Чехова. Не менее важна эта категория и в романе самого А. П. Чудакова «Ложитесь мгла на старые ступени» (см.: [Романенко, Санджи-Гаряева]). Так же значима предметность и в прозе Искандера.

Если предметный мир у Чехова говорит сам за себя, автор не комментирует его, то у Искандера предметы, как и все элементы текста, не только комментируются, но и снабжаются, как правило, избыточными характеристиками и интерпретацией – это черта его идиостиля. Поэтому анализ предметности должен исходить из авторской интенции, замысла.

В содержательной основе прозы Искандера – взаимодействие (и противостояние, и симбиоз) народной абхазской и официальной советской культур. Логично рассмотреть такое взаимодействие по культурным осям пространства и времени.

Время в народной культуре понимается как отвлеченная, не зависящая от человека категория: *Эх, время, в котором стоим*. В официальной культуре время есть управляемый материальный предмет – это наручные часы, которыми официальные лица постоянно манипулировали (сверяли часы, переводили стрелки), ...что придавало их словам и действиям некий кабалистический оттенок и еще раз убеждало чегемцев, что эти люди как раз и держат в своих руках то самое время, в котором стоим [Искандер, с. 390].

Пространство характеризуется предметами, образующими оппозиции. Пространство в народной культуре организуется *очагом*, объединяющим частную жизнь. В официальной же культуре это *кабинет*. Общественная жизнь – это оппозиции *застолье* и *собрание*. Сюда же относятся и костюм: *крестьянская одежда* и *чесучевый китель* (знак власти).

Приведенные примеры иллюстрируют предметность у Искандера в самом общем виде, реальная же картина значительно сложнее, она является необходимым ценностным компонентом идиостиля писателя.

Библиографические ссылки

Искандер Ф. А. Сандро из Чегема : роман. Кн. 1. Москва : Сов. писатель, 1991. 686 с.

Романенко А. П., Санджигаряева З. С. Жанр книги А. П. Чудакова «Ложится мгла на старые ступени» (роман-идиллия) по материалам эго-документов // Эго-документы XX века. Литература, культура, история (Фединские чтения. Вып. 7) : коллективная монография. Саратов : ИЦ «Наука». 2020. С. 259–264.

Чудаков А. П. Мир Чехова : Возникновение и утверждение. Москва : Сов. писатель. 1986. 384 с.

САМОИРОНИЯ В РУССКОЙ РОК-ПОЭЗИИ: «БЕЛАЯ ВОРОНА» ГРУППЫ «ЧАЙФ»

Феномен русской рок-поэзии привлекает внимание исследователей, которые описывают специфику построения текста, символику времени и пространства, а также взаимовлияние песенных текстов. Сформировалось представление о признанных поэтах (Гребенщиков*, Кормильцев, Макаревич*, Шевчук и др.), а также об авторах «второго» круга, к которым по умолчанию относятся и Владимир Шахрин, лидер группы «Чайф».

В восьмидесятых годах XX в. в Свердловском рок-клубе сложилась атмосфера, которую внешне можно было посчитать конкурентной, более поздний отзвук мы встречаем и в популярной песне В. Шахрина «Не со мной»: *Не могу привыкнуть / К глупости и фальши / Ты была так близко, / Ты теперь все дальше. / Ты вчера ходила / На «Агату Кристи», / Я тинал по скверу / Золотые листья*. Д. О. Ступников опубликовал следующий комментарий В. Шахрина: «Мы сидели на киностудии, напротив меня сидел Глеб Самойлов, а наши поклонники к тому моменту уже начали сочинять нсбылицы о нашем, якобы, противостоянии. И я сказал: “Глеб, да ведь это извечная тема: война “битлов” и “роллингов”, Oasis и Blur. А мы скандалить не умеем, так давайте, значит, придумаем скандал”. И мы ударили по рукам, что будем, типа, играть в такую войну двух групп» [Ступников, с. 298–299].

Предметом нашего рассмотрения стало взаимодействие песни Вячеслава Бутусова «Взгляд с экрана» и ироничного ее «перепрочтения» в песне Владимира Шахрина «Белая ворона».

* Лицо, получившее в Российской Федерации статус иностранного агента.

В песне группы «Чайф» повторяются образы исходного текста – отец, мать, но отсылка дается не через типовые действия, а с номинацией профессий героев: *Твой отец приемщик стеклопосуды, / Твоя мать уборщица в посольстве. Пародийно переосмысливается мотив разочарования: Она читала жизнь, как роман, а он оказался повестью («Взгляд с экрана») – Он сын твоего отца, но тебе не брат, / Дура ты, решила жить с ними по совести («Белая ворона»). Сходно изображается «первый опыт борьбы против потных рук»: Тебя они опять пригласили на флэт, / Неужто на этом свихнулся весь свет, / Все трое захотели остаться с тобой, / Ты послала их на, убежала домой.*

Внешне пародийное решение по сути пародией не является, что косвенно подтверждается несиюминутностью анализируемого текста. Песня включена в альбом 1987 г. и повторяется в новой редакции во втором томе сборника «Оранжевое настроение» (1996). Показательно, что Вячеслав Бутусов становится одним из героев песни, а также участником первой записи «Белой вороны».

Запрос на социальную остроту «понятного» текста и на фиксацию интертекстуальной общности свердловской рок-поэзии формирует явление, сближающееся с самоиронией. «Важнейший механизм создания самоиронии – самообъективация. Я должен посмотреть на себя как на Другого» [Кубасов, с. 249]. Общность культурного пространства, совместная запись альбомов на ранних этапах существования Свердловского рок-клуба говорят о включении группы «Чайф» в объект иронии. Таким образом, Владимир Шахрин отсылает нас не только ко «Взгляду с экрана», но и к стереотипно социальной тематике рок-поэзии в целом: *Их подруги-заразы все лезут в артистки, / Запишишь им назло на курсы трактористок.*

Живучесть песни отчасти объясняется иронией и самоиронией текста. Песня все еще исполняется на концертах и воспринимается как самостоятельный текст, без привязки ко «Взгляду с экрана». В ней появился новый оттенок – оттенок ностальгических воспоминаний о времени сосуществования и влияния друг на друга участников Свердловского рок-клуба.

Библиографические ссылки

Кубасов А. В. Самоирония и ее жанрообразующая функция в моно-стихах // Аксиологические аспекты современных филологических исследований. Екатеринбург : Ажур. 2019. С. 248–250.

Ступников Д. О. Песни-посвящения группе «Агата Кристи» // Русская рок-поэзия: текст и контекст. 2018. № 18. С. 296–311.

РЕЧЕВАЯ ДЕВИАЦИЯ И НИВЕЛИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТИРОВ

Девиантное поведение – один из видов отклоняющегося поведения, связанный с нарушением установленных обществом и принятых для различных социальных и возрастных групп норм и правил поведения (см.: [Religious values ...]). Норма – это правило или предписание, закрепленные правовыми и законодательными документами, действующие в определенной сфере и обязательные для выполнения. Таким образом, поведение, отклоняющееся от социальных правил, можно считать девиантным.

Поскольку в наиболее общем виде девиантное поведение – это совершение поступков, не вписывающихся в установленные обществом стандарты поведения, можно утверждать, что девиация может быть как отрицательной, так и положительной. Положительная девиация представляет собой также отклонение от нормы, но цели и результат такого отклонения кардинально различаются. Если при отрицательной (деструктивной) девиации человек совершает поступки, порицаемые окружающими, то при положительной его поведение может стать примером (иногда недостижимым, но выступающим ценностным ориентиром) для окружающих.

Самым ярким случаем отрицательной девиации можно считать агрессивное поведение – действия, направленные на причинение вреда или ущерба окружающим. По мнению ряда исследователей, девиантное поведение напрямую связано с речевой стратегией манипулирования. По своей природе манипуляция предполагает достижение определенного результата в поведении человека или группы людей, что подразумевает явное или скрытое воздействие на реципиента с помощью письменной или устной

речи. На наш взгляд, отрицательная девиация действительно базируется на стратегии манипулирования, тогда как девиация положительная не предполагает (а если и предполагает, то не до такой степени) манипулирования сознанием и поведением окружающих. Манипулирование партнером тесно связано с речевым воздействием. По мнению И. А. Стернина, «речевое воздействие – это воздействие на человека при помощи речи с целью убедить его сознательно принять нашу точку зрения, сознательно принять решение о каком-либо действии, а манипулирование – это воздействие на человека с целью побудить совершить оступок, изменить свое поведение и т. д. неосознанно или вопреки его собственному мнению, намерению» [Стернин, с. 56].

При речевой девиации человек непременно нарушает установленные и принятые в данном языковом коллективе ценности. Несмотря на то, что понятие «девиация» априори предполагает отклонение от нормы, а потому содержит отрицательную коннотацию, мы, как указано выше, считаем возможным выделить девиацию с положительным вектором направленности и девиацию с отрицательным вектором направленности. Главным различием и отправной точкой их дифференциации выступает вектор отклонения от нормы.

Начнем с девиации с отрицательным вектором направленности. Отрицательная девиация проявляется на языковом уровне в виде использования инвективной, эмотивной лексики, междометий; на уровне грамматическом нами зафиксированы императивные конструкции и восклицательные структуры. Кроме того, данный вид речевой девиации сопровождается вербализацией угроз, оскорблений и т. п.

При положительной девиации языковая личность, нарушая общепринятые правила и нормы, стремится оказать манипулятивное воздействие на окружающих с целью изменить имеющее место положение дел (на его взгляд, негативное). Стоит отметить, что при положительном векторе девиантного поведения на языковом уровне включается в действие лингвоэкологический аспект. Анализ материала показал, что самой распространенной речевой страте-

гией реализации положительной девиации в ситуациях манипулирования является собственно стратегия сотрудничества. В рамках положительной речевой девиации нами были выделены следующие используемые коммуникантом тактики: тактика уговоров, тактика обещания, тактика убеждения, тактика уступки, тактика согласия, тактика одобрения, тактика комплимента, тактика молчания. При этом тактика уступки и тактика убеждения являются наиболее частотными, а тактика согласия, тактика молчания, тактика обещания и тактика одобрения – наименее частотными.

Библиографические ссылки

Стернин И. А. Основы речевого воздействия. Воронеж : Истоки, 2012. 178 с.

Religious values in global communication of modern society: trends in the development and transformation / E. V. Bobyreva, M. R. Zheltukhina, K. G. Korovina, M. V. Busygina // SHS Web. Conf. : site. 2019. Vol. 69. URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2019/10/shsconf_cildiah2019_00021.pdf (date of request: 19.03.2023).

В. А. Салимовский
ПГНИУ, Пермь, Россия

Н. В. Чудова
ФИЦ ИУ РАН, Москва, Россия

ФРУСТРАЦИЯ В ЕЕ ЭМОЦИОНАЛЬНО- ОЦЕНОЧНЫХ РЕЧЕВЫХ ПРОЯВЛЕНИЯХ **(на материале постов в социальных сетях)**

В общем виде фрустрация – это психическое состояние, вызванное неуспехом в удовлетворении потребности, желания. Одни авторы большее внимание уделяют деятельностному характеру фрустрации, и тогда она рассматривается как барьер, возникающий в психическом поле между субъектом и предметом потребности, другие – эмоциональному состоянию, возникающему при столкновении с препятствием, третьи рассматривают в первую очередь психофизиологический аспект фрустрационного реагирования и ответ на депривацию потребности, четвертые противопоставляют фрустрацию депривации как разочарование, утрату надежды на получение ожидаемого. В концепции фрустрационного реагирования С. Розенцвейга ответ на препятствие рассматривается с позиции его направленности (вовне, на себя или же при отрицании значимости барьера) и с точки зрения типа реагирования (с фиксации на проблеме, на защите «Я», на достижении цели).

В одной из наших работ мы показали существование закономерных речевых проявлений каждого из выделенных С. Розенцвейгом типов фрустрационного реагирования (см.: [Речевые реакции ...]), что позволило создать алгоритм автоматического распознавания реакций на фрустрацию в текстах сетевых дискуссий (см.: [Devyatkin, Salimovskiy, Chudova]). В настоящем цикле исследований мы решили проследить то изменение, которое наблюдается с письменной продукцией человека, когда он переходит из со-

стояния спокойствия и следования своим планам в состояние фрустрации. В конечном итоге нас будет интересовать «правило перехода» от спокойствия к беспокойству и напряжению, выраженное в постах пользователя социальной сети; в результате наших междисциплинарных работ мы хотели бы получить инструмент для выявления таких «переходов», когда отдельные люди или общество в целом внезапно оказываются перед барьером (как это было, например, при начале пандемии).

В своей работе мы вслед за К. Левинем (см.: [Левин]) смотрим на явление фрустрации сквозь призму общепсихологических механизмов деятельности, которые релевантны представлениям о механизмах речевой системности М. Н. Кожиной (см.: [Кожина]), что, в свою очередь, позволяет искать в текстах признаки системного реагирования на изменения в ситуации жизнедеятельности.

В докладе на материале корпуса текстов (постов), написанных 97 авторами в состоянии спокойствия и в состоянии фрустрации, будут рассмотрены речевые стили (В. В. Виноградов, Б. Н. Головин), по-разному выражающие эмоциональные оценки как проявление фрустрации; будет предложено обоснование гипотезы, согласно которой реакция на препятствие в удовлетворении потребности выступает ментальной основой построения ряда речевых стилей как в сетевой коммуникации, так и в других сферах общения.

Библиографические ссылки

Кожина М. Н. Речеведение. Теория функциональной стилистики. Москва : Флинта : Наука, 2014. 620 с.

Левин К. Динамическая психология : Избранные труды. Москва : Смысл, 2001. 572 с.

Речевые реакции на фрустрацию: автоматическая категоризация / Д. А. Девяткин, С. Н. Ениколопов, С. Н. Салимовский, Н. В. Чудова // Психологические исследования. 2021. Т. 14, № 78. С. 1–18.

Devyatkin D., Salimovskiy V., Chudova N. Method for Automated Recognition of Frustration-Derived Aggression in Texts // Advances in Cognitive Research, Artificial Intelligence and Neuroinformatics. 2021. Nr 1358. P. 663–670.

ВРЕМЯ КАК ЦЕННОСТНАЯ КАТЕГОРИЯ В ПРОЗЕ Ю. ТРИФОНОВА

Главной ценностной содержательной категорией в прозе Ю. Трифонова является время. Человек и время, человек и история – предмет размышлений писателя в лучших его произведениях (см.: [Санджи-Гаряева, Романенко]). Историческая тема реализована в романе о народовольцах «Нетерпение» и документальной повести «Отблеск костра» (о судьбе отца – революционера и советского деятеля). В литературной критике творчество Ю. Трифонова долгое время (период московских повестей) оценивалось как бытовая проза, а основным конфликтом считалось противопоставление городского мещанства и интеллигенции. В своих интервью и статьях Трифонов не соглашался с такими оценками, например в статье под названием «Нет, не о быте – о жизни» (см.: [Трифонов]). Позже один из критиков отозвался о прозе писателя иначе: «Какие-то вечные темы». Время, действительно, стало для Трифонова вечной темой и главной содержательной и текстообразующей категорией. Вопросы, на которые отвечает Трифонов, – что время делает с человеком, должен ли человек нести ответственность за свои поступки или же во всем виновато время, нужно ли доискиваться до исторической правды. Задача писателя – попытаться разобраться в этом, показать разные варианты взаимодействия человека с временем.

Уже в московских повестях жизнь их героев, московских интеллигентов, так или иначе подсвечена историей, а их нравственные качества проверяются если не прямым сравнением, то смежностью существования с людьми, прошедшими через революцию и Гражданскую войну. В повести «Обмен» появляется дед Дмит-

риева – старый большевик. В «Долгом прощании» Григорий Ребров занимается историей охраны и роется в архивах. В «Другой жизни» главный герой Сергей пишет диссертацию по истории, его мать – старая большевичка.

В повести «Дом на набережной» ставится проблема ответственности человека за свои поступки независимо от времени, исследуется природа конформизма.

В романе «Старик» показаны «раскопки» памяти человека, попытка реконструировать в памяти исторические события революции и Гражданской войны, установить мотивы поступков героев тех времен, найти истину, которая тогда «сплавлялась с верой нрасторжимо».

В романе «Время и место» задача – показать человека во взаимодействии с временем, в котором ему пришлось жить, которое постоянно изменяется и ставит его перед нравственным выбором. Время в романе, середина XX в., – это огромное, полное драматических событий жизненное полотно.

Таким образом, нравственные ценности у Трифонова проверяются временем, историей. Это магистральная мысль писателя и главная ценностная категория его прозы.

Библиографические ссылки

Санджи-Гаряева З. С., Романенко А. П. Время как средство сюжетной и смысловой организации художественного текста и его лексическое выражение у Ю. Трифонова // Вопросы стилистики. Текст и его компоненты. Вып. 24. Саратов : Изд-во Саратов. ун-та. 1992. С. 71–81.

Трифонов Ю. В. Нет, не о быте – о жизни // Трифонов Ю. В. Дом на набережной. Время и место. Москва : Астрель : Олимп : АСТ, 2000. С. 655–662.

Сяопин Се, Пэнлин Цзя
*Гуансийский научно-технологический университет,
Люджоу, Китай*

РУССКИЕ ТАМОЖЕННЫЕ ТЕРМИНЫ КАК УЧЕБНЫЙ МАТЕРИАЛ ДЛЯ КИТАЙСКИХ СТУДЕНТОВ-ФИЛОЛОГОВ*

Выпускники Гуансийского университета работают в сферах международной торговли, управления международным бизнесом, выставками, туризмом (см.: [吴亚男, 师晶, 页 270]). Знания по русскому языку, формируемые традиционной учебной программой, недостаточны для успешной профессиональной деятельности. В связи с этим участники проекта «План обучения инновациям и предпринимательству для студентов и магистрантов» систематизируют русские таможенные термины. Дидактический материал, снабженный страноведческими комментариями, используется на занятиях. Изучаются также положения актов законодательства Российской Федерации о таможенном регулировании.

Специальный объект анализа – аксиологически маркированные слова и словосочетания. Выделяются прилагательные, обозначающие цвет. Например, словосочетание *белые схемы* в Словаре внешнеэкономических и таможенных терминов определяется как «абсолютно легальное таможенное оформление, осуществляемое с соблюдением всех формальных требований Федеральной таможенной службы» [Мантусов, с. 6]. *Белый* – «светлый, в противоположность чему-н. более темному, имённому черным» [Толковый

* 课题项目: 广西科技大学 2021 年度“大学生创新创业训练计划”项目, 《中俄海关术语对照手册》汇编 202110594205 [Проект: Гуансийский научно-технологический университет 2021 «План обучения инновациям и предпринимательству для студентов и магистрантов». Тема: Китайско-русский словарь основных таможенных терминов, 202110594205].

словарь ... , с. 39]. Отрицательная оценка сопровождается употреблением сочетания *черные схемы* – «абсолютно нелегальные схемы ввоза товара» [Мантусов, с. 48].

Значение словосочетания *коносамент «чистый»* в словаре – «коносамент, не содержащий пометок (оговорок) о наличии у перевозчика претензий к количеству и качеству принятого к перевозке груза или его упаковки» [Мантусов, с. 55]. Значение прилагательного *чистый* – «не содержащий ничего постороннего, без примесей» [Толковый словарь ... , с. 1094].

На занятиях особое внимание уделяется заимствованным словам и сочетаниям, которые не зафиксированы толковыми словарями русского языка (*тара, форс-мажор, шкотермс, карнет АТА* и др.).

Россия и Китай являются партнерами по всестороннему стратегическому взаимодействию. Обе страны участвуют в таможенном сотрудничестве (Всемирный таможенный комитет, Шанхайская организация сотрудничества), поэтому актуальным является исследование денотативного значения и аксиологической маркированности русских таможенных терминов.

Библиографические ссылки

Мантусов В. В. Словарь внешнеэкономических и таможенных терминов. Москва : Российская таможенная академия, 2018. 822 с.

Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. Москва : Азбуковник, 2007. 1175 с.

吴亚男, 师晶, 林相杰 俄语专业本科毕业生实际就业领域调查研究—以三亚学院俄语专业为例 // 学科教育. 2019. № 01. 页 269–270 [У Яньюнь, Ши Цзин, Линь Сянцзе. Исследование реальной сферы трудоустройства выпускников бакалавриата по специальности «Русский язык» – на примере русского языка в колледже Саньи // Предметное образование. 2019. № 01. С. 269–270].

ДРУГОЙ КАК ЦЕННОСТЬ В ДУХОВНОЙ БЕСЕДЕ

Духовная беседа до сих пор остается жанром малоизученным. Современные исследователи (см.: [Смолина, Валанчус; Христолюбова]) определяют духовную беседу как «жанр церковного-религиозного стиля, диалогизированный монолог, основной целью которого является духовное воспитание и совершенствование» [Смолина, Валанчус, с. 67]. Эта цель реализуется в тематическом двуединстве религиозной и предметной темы (см.: [Ицкович; Дьячкова]).

Рассматривая духовную беседу сквозь нормативно-ценностную призму Священного Писания, духовного опыта церкви, наставлений святых отцов, отметим, что ценность Другого как адресата представляется в несколько иной плоскости, нежели обмен мнениями. Ценность Другого заключается в том, что автор видит в нем высшее творение Божие, образ Божий и находит необходимые слова, чтобы научить искусству спасения.

Для описания интересующего нас вопроса сопоставим семейную беседу (см.: [Рытникова]) и духовную. В семейной беседе ценность Другого определяется родственной близостью участников. В духовной беседе – задается Евангелием. Евангельская заданность проявляется также в тематике беседы, в то время как семейная беседа характеризуется тематической свободой. Семейная беседа концентрируется на интимном, на воспитании личности в социокультурном аспекте. В духовной беседе личность собеседника приводится к евангельскому идеалу.

Библиографические ссылки

Дьячкова Н. А. Духовная беседа как жанр // Церковь. Богословие. История / Екатеринбургская духовная семинария. Екатеринбург : [б. и.], 2019. С. 217–222.

Ицкович Т. В. Православная проповедь как жанр-текстотип религиозного стиля // Лингвистика и межкультурная коммуникация. Красноярск : НИЦ, 2011. С. 128–147.

Смолина А. Н., Валанчус Н. О. Жанр духовной беседы с читателем в современной российской православной интернет-коммуникации // Мир науки, культуры, образования. 2013. № 4. С. 63–68.

Рытникова Я. Т. Семейная беседа: обоснование и риторическая интерпретация жанра : дис. ... канд. филол. наук. Екатеринбург, 1996. 212 с.

Христолюбова Л. В. Духовная беседа как речевой жанр. На материале духовных бесед архимандрита Софрония (Сахарова) // Миссионерский институт : сайт. URL: <https://uralsky-missioner.ru/wp-content/uploads/cfiles/christol.pdf> (дата обращения: 20.03.2023).

АКСИОЛОГИЯ ПАРОНИМИЗИРОВАННЫХ «ОГОВОРОК» В ПОЭТИЧЕСКОЙ И ОБЫДЕННОЙ РЕЧИ

Аксиологический потенциал оговорок / описок или опечаток, в которых используемое слово связано с требуемым контекстом паронимически, по созвучию, привносящему в высказывание дополнительные смыслы, определяется тем, что паронимизация благодаря семантическому контрасту аттрактантов превращает эксплицитно представленную номинацию в оценочно амбивалентную – «положительно-отрицательную», что делает ее одновременно и «эвфемистично-дисфемистичной».

Например, представляя *аллергию* как *аллегорию* (*Это у меня аллегория*), можно эвфемистически смягчить впечатление о болезненных проявлениях, «поэтизируя» неполадки в организме. А назвав *аллигатором* человека с профессией или социальным статусом, именуемыми созвучными словами, можно, напротив, дисфемизировать эти номинации в силу наличия у слова *аллигатор* зафиксированного словарями переносного значения ‘злой, хищный человек’. Так, в детском: *Мама, приходил аллигатор* (вм. *агитатор*) интерпретатор может уловить намек на агрессивность агитационной кампании, а в ошибочном *Кругом одни аллигархи* (вм. *олигархи*) увидеть не ошибку, а представление об особо хищном *олигархе*, который грабит народ.

Еще один пример из бытовой речи – гиперкорректное написание *ухажер* показывает, как безусловно ошибочное на стороне отправителя сообщение на стороне получателя переосмысливается в соответствии с законами паронимической аттракции. В результате нейтральная номинация *ухажер* ‘мужчина, ухаживающий

за женщиной, девушкой', имеющая в словарях стилистическую (но не оценочную) помету «народно-разговорное», приобретает с актуализацией внутренней формы отрицательно-оценочный компонент: *ухожер* 'мужчина, который «ездит» по ушам и «выедает» мозг'.

Приведем и случай намеренного смягчения представления о денотате с одновременным эксплицированием эвфемизации из поэтической практики Н. Искренко: *О нежная девочка юная стройная баба юная стройная Барби* («Игра в куклы»). В этом примере, однако, об эвфемии можно говорить в том случае, если предполагается, что с точки зрения не только адресанта, но и адресата *Барби* лучше, чем разговорно-сниженное *баба*, к тому же имеющее ряд отрицательных коннотаций (*грубая, крикливая, неопрятная* и т. п.). Если же в системе стереотипов адресата *Барби* – это кукла, хорошенькая, нарядная голубоглазая блондинка, «пустоголовая», как и кукла-пробобраз, малолетка, пытающаяся представить себя взрослой, то есть *Барби*, как формулирует Линор Горалик*, «не непосредственный товарищ по играм, а социально-культурный феномен» [Горалик, с. 29–30], то речь уже о функциональной дисфемии, при которой «зачеркнутая» *баба* в отличие от *Барби* подкупает натуральностью.

Таким образом, амбивалентность оценки привносится и социокультурным, и культурно-языковым контекстом.

Библиографическая ссылка

Горалик Л. Полая женщина : Мир Барби изнутри и снаружи. Москва : НЛО, 2005. 316 с.

* Лицо, получившее в Российской Федерации статус иностранного агента.

ЛИНГВОАКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ТЕКСТА ПЕСНИ ГРУППЫ «ВАЛЕНТИН СТРЫКАЛО» «БЕСПОЛЕЗНО»

«Валентин Стрыкало» – популярная украинская группа, активно функционировавшая с 2011 г. В 2018 г. Юрий Каплан – лидер группы – объявил о роспуске музыкального коллектива, что отразилось на концертной и студийной деятельности, но не на популярности старых песен. Например, клип «Наше лето» на официальном аккаунте YouTube набрал более 35 млн просмотров.

По справедливому утверждению исследователей, «сегодня симулятивная реальность принадлежит именно популярной литературе, поскольку она способна перенести читателя из рутинной действительности в другой мир, где сбываются даже самые необычные мечты» [Кислова, Рацн, с. 338]. Важно, что симулятивная реальность может в текстах не только манифестироваться, но и высмеиваться, пародироваться. Творчество группы оценивается как современное, игровое, но при прямолинейном восприятии вызывает морализаторскую критику: «...клип группы Стрыкало “Знаешь, Таня” и текст песни иллюстрируют отсутствие любви и уважения к языку. Герой клипа изображает из себя культурного молодого человека, которым не является. Манера общения с друзьями, девушкой четко показывают эти аспекты» [Куликова, с. 124–125].

Для творчества группы характерны сатирические песни. В тексте «Знаешь, Таня» пародируются подростковая грусть и нерешительность, фиксируется упрощенное понимание проблемы несостоявшихся отношений: *Если Таня думает, что я по ней грущу, – она права. / Если Таня думает, что я все упущу, она права. / Где же взять мне смелость, чтоб, чтоб сказать ей пару слов: /*

Знаешь, Таня, не передать словами то, как я люблю тебя. / Между нами такая пропасть, Таня, но я так люблю тебя. Подчеркнем, что автор опирается на типизированное представление о невыразимости чувств.

Творчество Юрия Каплана, автора текстов группы, можно назвать жизнелюбивым по отбору ценностных доминант, по финальным формулировкам (*Я проснулся в собственной луже, среди обшарпанных стен. Но я стараюсь быть лучше каждый день*) и форме рефренов:

– С первоаем! Дорогая! / С этим ясным весенним днем! / Мы в семнадцатом году порвали, / Мы в 2012 порвем. / Пускай буржуи эксплуататор знает, / Что мы будем стоять до конца. / Развевается красное знамя / В наших красных сердцах. / В наших красных сердцах;

Яхта, парус, в этом мире только мы одни. / Яхта, август, и мы с тобою влюблены. / Яхта, парус, в этом мире только мы одни. / Яхта, август, и мы с тобою влюблены (песни «Первомай!» и «Наше лето», альбом «Смирись и расслабься!», 2012).

Текст песни «Бесполезно» (2016) стоит особняком, так как в нем нет ярких приемов иронизации, внимание акцентируется на конечности существования, на невозможности самореализации: *Посмотри, мой друг, я спекся, мой окончен бой. / Но не грусти, ведь все случается так просто, / Без меня все будет так же, так же, как со мной. / Осколки звезд сорвутся с неба и исчезнут бесполезно.* При этом ценностные установки целого текста заданы не столько ключевым словом *бесполезно*, сколько композиционным решением. В финале лирический герой использует жизнелюбивый посыл: *Затем исчезнут страны, убийцы и тираны. / Границы станут былью, стены станут пылью. / И вдруг сорвется слово, и мы полюбим снова, / Еще сильнее и чище, но, мой друг, ты слышишь – / Вдали раскаты грома, / и мы должны быть дома. / Не бойся это глупо, скоро тьма отступит.*

Библиографические ссылки

Кислова Л. С., Рацен Т. Н. «Жизнь других»: феномен симулятивной реальности в современной популярной литературе // Научный диалог. 2022. № 5. С. 336–361.

Куликова Д. А. Проблемы культуры речи в современном обществе // Культура народов в социальном пространстве и времени : сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. / Восточно-Сибирский ин-т М-ва внутренних дел РФ. Иркутск : [б. и.], 2022. С. 123–125.

Т. А. Снигирева
УрФУ, Екатеринбург, Россия

**«ПОВЕРХ БАРЬЕРОВ»:
НАЦИОНАЛЬНАЯ УНИКАЛЬНОСТЬ –
ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ
В ТРАКТОВКЕ Б. АКУНИНА**

Б. Акунин относится к тем современным писателям, для которых проблемы национальной принадлежности и национального *modus vivendi* являются важнейшими, и «решение национального вопроса» за тридцать лет работы писателя в литературе претерпело определенные изменения: движение от Фандоринского проекта (1998–2018) через «Сказки народов мира» (2021) к «Русский в Англии : Самоучитель по беллетристике» (2022) весьма поучительно.

В Фандориане Б. Акунин сосредоточен на моделировании и описании трех барьеров, существующих при восприятии и оценке инонационального: барьер чужого языка; барьер чужого быта, привычек повседневья; барьер иной ментальности. По мнению писателя, сложнее всего преодолеть третий барьер, поскольку ярмарка национального тщеславия присуща всем. В «Сказках народов мира» Б. Акунин берет иной ракурс осмысления национального комплекса, его интересуется характер соотношенности национального и общечеловеческого. Эта книга о том, что национальная особенность – не что иное, как вариант инварианта, это – книга, показывающая общечеловеческие ценности в национальной аранжировке. Б. Акунин строит текст буквально по «Морфологии сказки» В. Я. Проппа (от функций действующих лиц до структурного принципа утробения) и показывает «... лабиринт сказочного (национального) многообразия, которое в итоге предстанет как чудесное единообразие» [Пропп, с. 7–8].

Книга «Русский в Англии...» может быть прочитана как итоговые размышления Б. Акунина о вопросе возможности / невозможности межнационального взаимопонимания. Одновременно это – книга профессиональной и национальной самоидентификации. Профессиональной, поскольку под видом жанра «самоучителя по беллетристике» писатель раскрывает свою «творческую кухню», делится своими наработанными за тридцать лет рецептами по изготовлению качественного беллетристического текста. Национальной, поскольку книга открытого автобиографического дискурса апеллирует к опыту десятилетней жизни вне России, с одной стороны, а с другой – автор признается, что ситуация «свой среди чужих и чужой среди своих» соотносима для него с психологическим условием писательского труда: «“Русский в Англии” – это метафора, довольно точно передающая взаимоотношения писателя с окружающим миром. <...> “Русский” – это Я. “Англия” – Другое и Другое, это Не-Я. Всякий писатель – китунэ, лиса-оборотень, тайно прокрадывающаяся в чужие души» [Акунин, с. 11]. В книге «Русский в Англии...» Б. Акунин последовательно проигрывает три модели межнационального *modus vivendi*. В историческом рассказе «Императрица Московии», основой которого стал известный сюжет неудачного сватовства Ивана Грозного к Елизавете Английской, представлены все уровни межнационального непонимания, в котором «Мне враждебен Другой», «Моей стране враждебна любая другая страна». В новелле «My Bonnie lies over the oceans, или Как синица тихо за морем жила» разыгрывается ситуация «Я = Другой», которая является примером того, как истинная любовь преодолевает любые границы. Аллегорический рассказ «Роуэн» завершает книгу. Попытка понять другую ментальность предполагает целый комплекс личностных качеств, в основе которого – способность к диалогу, аналитизм, интеллектуальность, культурологический багаж и – главное – человечность.

Библиографические ссылки

Акунин Б. Русский в Англии : Самоучитель по беллетристике. Москва : Альпина Паблицер, 2022. 376 с.

Протт В. Я. Морфология сказки. Изд. 2-е. Москва : Наука, 1969. 170 с.

БЕСОВЩИНА В ПРОПОВЕДЯХ XVII в.: ОБРАЗНЫЙ НЕГАТИВ*

Древнерусская гомилетика XVII в. как западно-русского свойства, так и русско-православной традиции актуализировала описание проявлений бесовского мира. Это касается описания мест пребывания бесов, их внешнего вида, воздействия на человека, эмоционального отношения проповедника к явлению бесовщины. Ощущение постоянного присутствия «врага рода человеческого» в окружающем пространстве провакатировалось живописными изображениями бесов и сатаны в сценах наказания грешников на храмовых фресках и в ряде иконописных сюжетов. Главная цель подобных изображений была двойной. Это создание и отвратительного образа дьявола, узнаваемого в своей мерзкой сущности под любой личиной, и чувства отвращения. Отсюда рога, ужасные искривленные черты лица (огромная пасть, вытаращенные глаза, вечная ухмылка), фигуры (выпирающий живот, поросшие шерстью руки с когтями и ноги с когтями или копытами), атрибуты нечистой силы (вилы, клещи и другие средства мучений), изображение всегда в черном или темном цвете. Соответственно позы и телодвижения бесов выдают их нечеловеческую сущность (приплясывание, прыжки, готовность божать, радость при виде гибели людей) (см.: [Антонов, Майзульс; Махов]). Образы в европейском Средневековье и в иконографической традиции Древней Руси в достаточной степени выявлены и описаны. Сложнее и вариативнее обстоит

* Доклад и тезисы подготовлены при поддержке Российского научного фонда (проект № 22-28-01617 «Противостояние “кромешному миру” в творчестве проповедников конца XVII – начала XVIII века: авторская аксиология, механизмы воздействия»).

дело со словесным описанием бесовщины (по ряду причин, связанным с привлекаемыми источниками). Практика систематизации сатанинского мира по физиологии и функциям дьявола, представленная в книге А. В. Амфитратова в начале XX в., актуализировала многочисленные примеры из фольклора и литературы разных народов как Средневековья, так и Нового времени, но древнерусская литература оказалась задействована в относительно малой степени (см.: [Амфитеатров]).

Наиболее адекватно выявление аксиологических приемов для поддержания страха и активного противостояния «кромешному миру» имеют проповеднические жанры различных целеустановок (обличительные, увещательные, нравственно-дидактические). В русской проповеднической культуре это относится к периоду XVII в. Именно в проповедях авторов этого времени мы сталкиваемся с ярким словесным описанием внешнего облика нечистой силы и бесовских деяний разных уровней. Самый частый прием – заимствование деталей наружности и губительных действий из книг Ветхого и Нового Завета (Откровение Иоанна Богослова, книги Еноха, Иова, Иезикииля и т. п.).

В фокусе внимания доклада – эмоциональная и оригинальная по авторской смелости обличений книга проповедей анонимного автора «Статир» (РГБ, собр. Румянцева, № 411), где образам «кромешного мира» отведено немало места. Скорее всего, это обусловлено хронотопом появления рукописи. Орел – городок в Прикамье – город соледобытчиков и центр строгановских владений, которому в это время были присущи развитая ремесленная инфраструктура, широкое переселенческое движение, участие в сплавах по реке Каме – все то, что подтачивало патриархальную культуру, приводило к появлению нового типа коммуникаций и организации досуга в дружеских профессиональных и соседских компаниях. Поэтому борьба за нравственные устои и усиление декларации христианских норм поведения становились важнейшими задачами проповедника, что отражалось в повышении градуса эмоционального воздействия вербальными средствами (подробнее см.: [Соболева]). Проповеди насыщались бытовыми зарисовками, интерпретирован-

ными в системе прегрешений и гибели души. Будучи соотнесены с цитатами из Святого Писания, эти зарисовки приобретали притчевые обобщения, к ним добавлялись драматически организованные речи персонажей, в том числе словесные пассажи со стороны бесов, и все это обрамлялось авторскими переживаниями. Проповедь преобразовывалась в своего рода напряженный диалог с паствой, где проповедник не только излагал постулаты о вредности обращения к бесам или об опасности внешнего воздействия, но и полемизировал с теми, кто недостаточно осознавал последствия связей с негативными силами. И эту опасность автор видел для представителей и разных сословий (включая высшую гражданскую власть), и возраста, и половой принадлежности. Он пытался объять все общество, рассмотреть вольные и невольные связи с «крошечным миром» (от лечебных целей до тиранического преследования), чтобы вызвать негативные эмоции у паствы и тем самым предотвратить последствия разрушительного действия злых сил.

Библиографические ссылки

Амфитеатров А. В. Дьявол в быту, легенде и в литературе Средних веков. Москва : Азбука-классика, 2010. 384 с.

Антонов Д. И., Майзульс М. Р. Демоны и грешники в древнерусской иконографии: семиотика образа. Москва : Индрик, 2011. 375 с.

Махов А. Е. Средневековый образ: между теологией и риторикой. Опыт толкования визуальной демонологии. Москва : Издательство Кулагиной : Intrada, 2011. 256 с.

Соболева И. С. Сборник проповедей XVII века «Статир»: сакральные образы и автор. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2022. 314 с.

АКСИОЛОГИЯ ПЕЙЗАЖНЫХ ОПИСАНИЙ В РОМАНЕ Ш. БРОНТЕ «ДЖЕЙН ЭЙР» И ЕГО РУССКОЯЗЫЧНЫХ ПЕРЕВОДАХ

В романе Ш. Бронте «Джейн Эйр» точные и разнообразные, словно созданные кистью умелого художника, описания северной Англии, безлюдных ледяных просторов севера подчинены сюжету произведения. Эти описания никогда не вставляются для заполнения пауз, но служат инструментом раскрытия характеров персонажей (в частности, главной героини). Как известно, роман «Джейн Эйр» автобиографичен: сама Ш. Бронте получила образование в Кован-Бриджской школе (которая впоследствии послужила прототипом пансиона Ловуд), где из-за плохих условий две ее старшие сестры заболели туберкулезом и умерли. Следовательно, и переживания юной Джейн взяты из реальной жизни самой писательницы (см.: [Гулакова; Овчинникова; Бородулина]).

Для анализа в планируемом докладе взят фрагмент первой главы, где юная Джейн читает книгу «Жизнь английских птиц» Бьюика, сидя на диванчике в оконной нише [Бронте, 2019, с. 10] небольшой столовой. *За окнами улыбельный ноябрьский день, пеленой висит туман, порывы ветра гонят нескончаемые дождевые струи* [Там же]. Погода характерна для поздней осени на севере Англии: *по расстрепанным бурей кустам непрерывно хлещут потоки дождя, ветер налетает сильными порывами и жалобно стонет* [Бронте, 2012, с. 16].

Картина за окном удивительно созвучна тому, о чем читает Джейн в книге. Перед ней встают *гнетущие безлюдные неисследованные области, вечное царство морозов и снегов, крепкие ледяные поля, творение неисчислимых столетий зимы* [Бронте, 2019, с. 11]. Описываются при этом другие географические регионы:

берега Гренландии, Исландии, Лапландии, Новой Земли, Норвегии, Сибири, Шпицбергена. К некоторым страницам девочка не может остаться равнодушной – это *описания убежищ морских птиц, пустынных скал и утесов, населенных только ими* [Бронте, 2012, с. 16].

Описываемый в книге пейзаж и погода за окном соотносятся с внутренним миром героини. Джейн росла сиротой в доме, где ее не замечали, она была замкнутым и одиноким ребенком. Девочку не принимают ни тетяшка Рид, ни двоюродные сестры и брат. Джейн так же одиноко, как птицам на скалах; контраст усиливается антиномией *холод скал – тепло птиц, гнездящихся на них. Одинокий ребенок предпочитает отгородиться от окружающего мира (семьи, не желающей поддерживать с ней общение) тяжёлыми складками пунцовых драпировок, а от непогоды – оконными стеклами* [Бронте, 2012, с. 16].

Из практических исследований известно, что сравнение переводов может наглядно отражать и степень их соответствия оригиналу (см.: [Бортников]). В докладе сопоставляются пейзажные описания в двух переводах романа (В. Станевич и И. Гуровой), выделяются особенности передачи аксиологических составляющих двумя переводчиками.

Библиографические ссылки

Бортников В. И. Тематическая цепочка Святого Духа в поэме Дж. Мильтона «Потерянный рай» и ее русских переводах 1777 г. и 1976 г. (композиционный блок II Песни первой) // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2023. Т. 38. № 1. С. 29–35.

Бронте Ш. Джейн Эйр / пер. с англ. В. О. Станевич. Москва : Рипол Классик, 2012. 512 с.

Бронте Ш. Джейн Эйр / пер. с англ. И. Г. Гуровой. Москва : Речь, 2019. 528 с.

Гулакова Е. С. Семантические особенности лексем, играющих важную роль в воссоздании пейзажных зарисовок в романах сестер Э. и Ш. Бронте // Студент года 2020 : сб. ст. Международ. учеб.-исслед. конкурса (Петрозаводск, 17 дек. 2020 г.). Петрозаводск : Новая Наука, 2020. С. 316–327.

Овчинникова М. В., Бородулина Е. С. Стилистические особенности описания пейзажа в романе Ш. Бронте «Джейн Эйр» // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 3/4. С. 79–84.

АКТИВНОСТЬ СЛОВ С ЗАИМСТВОВАННЫМ ПРЕФИКСОМ *re-* В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ МАРКЕТИНГА И СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Сегодня умение пользователя сети Интернет свободно оперировать соответствующей лексикой определяет уровень его коммуникации и доступные ему цифровые ресурсы. Как показывает практика, речь интернет-пользователей постепенно переходит в СМИ, а затем и в бытовое общение, что обуславливает необходимость комплексного изучения новых лексических групп, маркирующих тесно связанные темы интернет-маркетинга и IT. В докладе прослеживаются особенности функционирования префикса *re-* как заимствованного словообразовательного компонента, ставшего весьма продуктивным не только в политической или научной лексике, но и в сфере маркетинга и IT-технологий, чья лексика благодаря регулярному использованию в медиапространстве (в том числе в рекламе) перешла в сферу массового употребления, что простимулировало изменение продуктивной сферы данного префикса: от терминологии к формированию разговорной и даже окказиональной лексики. Материалом для анализа послужили высказывания пользователей сети Интернет на различных сайтах.

В науке семантика префикса *re-* может быть выражена двумя значениями: «повтор или возобновление действия, названного мотивирующим словом» и «действие, обратное тому, которое названо мотивирующим словом», которые и реализуются в современном русском языке [Русская грамматика, с. 878]. Однако возможно и выделение третьего значения, равного русской приставке *пере-*: ‘изменить, сделать по-другому’.

Рассмотрим лексическую группу, которая ярко манифестирует выделенное третье значение префикса и принадлежит к сфере менеджмента, связана с управлением предприятием: *ребрендинг*²⁰⁰⁴; *ременеджмент*; *реброкеридж*; *редевелопмент*²⁰⁰⁸; *реинжиниринг*²⁰⁰²; *реконцепция*; *реселер* (*риселлер*²⁰⁰⁴ / *риселер*) (см.: [НКРЯ]).

Примеры показывают, что русский язык начал активно осваивать новое значение префикса только с началом эпохи глобализации. Возможно, оно пришло из английского языка, откуда последние несколько десятилетий к нам идет большая волна заимствований.

Рассмотрим контекст с данными словами с еще одной точки зрения: *Реновация, реконструкция, реконцепция, реброкеридж, реинжиниринг, редевелопмент, ребрендинг и ременеджмент. Чем еще продолжить список??* (Здания.ру : сайт. URL: <http://www.zdaniya.ru/forum/topic-8480.html> (дата обращения: 01.12.2020)). Очевидно, что говорящий осознает эти слова как заимствованные, однако выстраивает словообразовательную парадигму: отглагольные существительные с префиксом *ре-*, обозначающие новые явления. Текст представляет акт языковой метарефлексии (вербализации сознательных интеллектуальных усилий по преодолению барьеров речевой деятельности (см.: [Вепрева, с. 8])). Метарефлексия выражена за счет перечисления слов с приставкой *ре-* с общим значением «переделывание» и с коннотацией «нежелательные изменения», вывод о которой можно сделать по наличию двух вопросительных знаков в конце предложения.

Характерно, что грань между, казалось бы, разными сферами – маркетингом и IT – истончается в современных реалиях. Это ярко иллюстрирует следующий контекст: *Чтобы разобраться, существует ли разница между ремаркетингом и ретаргетингом, для начала рассмотрим их определения. Ремаркетинг – технология Google AdWords, которая позволяет возвращать пользователей на сайт, который они ранее посетили. Им будет показываться реклама на сайтах КМС (контекстно-медийная сеть) и напоминать о том, что они искали. Ретаргетинг – технология Яндекс.Директа, которая позволяет транслировать рекламные объявления на сайтах РСЯ (Рекламная сеть Яндекса) либо уже*

подобранной аудитории, либо тем, кто посетил сайт и совершил там определенное действие (eLama.py : сайт. URL: <https://elama.ru/blog/remarketing-i-retargeting-v-chem-raznica/> (дата обращения: 21.02.2019)).

Ремаркетинг и ретаргетинг – это продажи во время поиска пользователя в Интернете и в социальных сетях, которые и являются сегодня главной причиной превращения специальной лексики в общепотребительную. Обратим внимание на привычные пользователю социальных сетей понятия *репост* и *ретвит* (то есть «перепост» записи своим друзьям в соцсети), которые появились в русском языке относительно недавно, однако адаптировались в нем настолько, что по аналогии появились окказионализмы *ревконтакт*, *регул*, *рефейсбук*, *реинстаграм* (по названию социальных сетей). Ср.: *Ахтинг! Максимальный пиар репост ретвит рефейсбук реинстаграм рекоуб*» (Метрополитен – LiveJournal : сайт. URL: <https://ru-metro.livejournal.com/3888001.html?page=2> (дата обращения: 21.02.2019)). Неодериваты с префиксом *ре-* вновь выстраиваются в парадигму, следуя образовательной модели.

Ср. также: *редирект* (от англ. *redirect*) ‘автоматическое перенаправление / переадресация юзера (пользователя сайта) куда-либо: на другой сайт, на другую страницу, на другую почту и т. д.’: *«Изначально была мысль сделать редирект после скачивания торрента, но из-за ошибки оно редиректило из темы. Я сделал глупость, что этого не исправил. Практиковать подобное на самом деле не имеет смысла, потому что в рекламе нецелевые переходы бесполезны»*, – сообщил один из администраторов (Канобу : сайт. URL: <https://kanobu.ru/news/administratsiya-torrent-treker-a-obyasnila-situatsiyu-so-skachivaniem-atomic-heart-464359/> (дата обращения 09.03.23)).

Рост подобных анализируемым контекстов указывает на то, что префикс *ре-* постепенно переходит из статуса «префикс для образования терминов» в статус «префикс для образования разговорных неодериватов», что свидетельствует о высокой степени освоенности его русским языком. Все анализируемые лексемы

или заимствованы напрямую из английского языка, или созданы по определенной словообразовательной модели «заимствованная основа + заимствованный префикс». С расширением ссти Интернет и цифровизацией сферы продаж начала развиваться новая лексическая группа, существующая на границе этих пространств. Словообразование как один из важнейших языковых механизмов обеспечивает номинацию новых понятий и явлений действительности и их категоризацию (см.: [Касьянова, с. 86]). Неодериваты и заимствования с префиксом *pe-* все активнее функционируют в указанных сферах, а данный словообразовательный элемент становится ключевым компонентом, демонстрируя нехватку или неудобство собственно русских словообразовательных ресурсов для номинации новых реалий.

Библиографические ссылки

Вепрева И. Т. Метаязыковой привкус эпохи: избранные работы последнего десятилетия. Saarbrücken : Palmarium Academic Publishing, 2014. 223 p.

Касьянова Л. Ю. Когнитивно-дискурсивные аспекты словообразовательной неологизации // Гуманитарные исследования. 2012. № 2 (42). С. 83–87.

НКРЯ – Национальный корпус русского языка : сайт. URL: <https://ruscorpora.ru> (дата обращения: 09.03.2023).

Русская грамматика. В 2 томах. Том 1. Москва : Наука, 1980. 783 с.

ДИНАМИКА КОННОТАТИВНОГО ПОЛЯ СЛОВА *RUSKI* В ПОЛЬСКОМ ЯЗЫКЕ

Слово «русский» имеет в польском языке два соответствия – *ruski* и *rosyjski*, образующие, так же, как в русском языке, паронимическую пару, причем области распределения значений в этих языках не совпадают. Изучение коннотативного поля слова *ruski* рассматривается нами дифференцированно в границах современного узуса, отраженного в Национальном корпусе польского языка, с учетом его семантической трансформации в кальке *ruski mir*, функционирующей с недавнего времени в медийном пространстве.

Обзор значений лексемы, отраженных в Национальном корпусе, привел нас к следующим результатам. Больше всего примеров относится к употреблению данного прилагательного в качестве субстантива для обозначения этнонима «русский». *Ruski* при наличии нейтрального эквивалента *Rosjanin* имеет стилистически сниженную окраску, поэтому некоторые исследователи характеризуют данную лексику как «разговорно окрашенный синоним» слова *Rosjanin* (см.: [Лешкова, с. 167]).

На втором месте по количеству употреблений стоят атрибутивные сочетания с данным компонентом, также в большинстве своем эмоционально сниженные. В то же время эмоционально нейтральными являются историзмы и идиомы аналогичной структуры, в которых *ruski* не может быть заменено на *rosyjski*. Речь идет о сочетаниях типа *ruski (książe, latopis, piec, bunt)*, то есть соответственно «князь», «летопись», «печь», «бунт» и пр.

В то же время в польском научно-публицистическом и медийном дискурсах все чаще встречается калькированное *ruski mir* с приданием ему резко негативной коннотации. Анализируя содер-

жание данного выражения в подобного рода текстах, нельзя обойтись без толкования его как термина, прежде всего, у нас в стране, что сделать не так легко ввиду множественности его интерпретаций. Учитывая мейнстрим, можно охарактеризовать словосочетание «русский мир» как аналог словосочетания «российская цивилизация», интегрирующим фактором которой является русская культура с ее ценностями (см.: [Назарова, Фокина, с. 341]).

Что же мы имеем у поляков? Примером употребления в научно-публицистическом тексте может быть статья Ольги Васюты в интернет-журнале CEJSH (2017) под заглавием «Русский мир как орудие имперской политики Кремля». В ней автор утверждает, что Россия проводит спецоперацию на Украине с целью «превратить ее в дестабилизированную бессильную часть русского мира». В данном контексте словосочетание «русский мир» оказывается идеологически обоснованной политической концепцией.

Гораздо хуже дело обстоит с восприятием «русского мира» в Польше главными лицами государства. Никаких попыток вникнуть в суть данной концепции в политических верхах Польши мы не встречаем. Для премьер-министра страны это «рак, угрожающий большинству российского сообщества и Европе». Для президента страны – «жестокость, агрессия, война и смерть». Это самые типичные высказывания, почерпнутые из интернет-источников.

Приведенную «карьеру» слова *ruski* можно назвать семантической инновацией с резко возросшей негативной оценочностью, ни в малой мере не соотносимой с реальным понятийным содержанием образуемого с его помощью термина.

Библиографические ссылки

Лешкова О. О. «*Ruski, rosyjski, radziecki, sowiecki...*»: к вопросу о семантической и прагматической эволюции лексем // Славянский мир: язык, литература, искусство : материалы Международ. науч. конф. Москва : МАКС Пресс, 2018. С. 164–167.

Назарова Е. Ф., Фокина А. В. Русский мир: обновление подходов к концепции // Ученые записки Орловского государственного университета. 2015. № 6 (69). С. 338–343.

ЦЕННОСТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ТОПОНИМА *ЕКАТЕРИНБУРГ* (на материале опроса горожан)

По мнению Е. В. Головной, «ценностные предпочтения жителей региона выражаются в приверженности к определенным разделяемым символам» [Головнса, с. 50]. Первый и главный символ города – его имя. Екатеринбург дважды был переименован: в 1924 г. в *Свердловск*, а в 1991 г. городу было возвращено название *Екатеринбург*. Со временем в коммуникативном пространстве города появились различные неофициальные модификации топонима.

Для выявления ценностного отношения жителей Екатеринбурга к названию города и его неофициальным вариантам было проведено анкетирование горожан в возрасте от 16 до 60 лет (65 опрошенных). Респондентам было предложено оценить название *Екатеринбург*, а также перечислить все известные номинации города, отметив те, которые сам информант использует наиболее часто.

Оценки респондентов базировались на двух основаниях.

1. Звуковой облик топонима. Большинство респондентов оценило название как *красивое, величественное, благородное, благозвучное, статное, гордое*. Длина названия оценивается неоднозначно: *произносить круто столь длинное слово; очень красиво звучит, однако достаточно длинное и не всегда удобно*.

Респонденты особо выделяют иноязычный компонент *-бург* в составе номинации, вызывающий положительные ассоциации: *нравится, что заканчивается на «бург», по-европейски; в России мало «бургов», мы отличаемся; наверняка не возникает проблем в произношении у иностранцев; по-старинному*. Лишь один информант оценивает название отрицательно: *грубое, немецкое*.

2. Историческое прошлое топонима. Положительно оценивается, во-первых, «восстановление справедливости», возвращение городу изначального названия: *правится, потому что первое историческое название; по истории*. Во-вторых, привлекает личность Екатерины I, в честь которой город был назван, и включенность Екатеринбурга в общероссийский исторический контекст: *ее фигура значима в истории; нравится, но не из-за самой Екатерины, а из-за Петра I (она была его женой), действительно, великий деятель*.

В ряду неофициальных наименований города информанты называют *Екат, ЕКЪ, Ебург / Ёбург / Йобург, Город Е, Свердловск, Город бесов, Город храбрых, Екбшка, Екбшечка, Ельцинбург, Катюха, Катер, Бург, Грязьбург, Сверхжлобск, Екатеринбургсити*. При этом несколько опрошенных отмечают, что используют только официальную номинацию *Екатеринбург: остальные не использую, это унижительные названия*. Также встречаются названия-перифразы: *столица Урала, ворота в Азию, город будущего, Рай на земле*.

Эмоциогенной оказывается номинация *Город бесов*. При этом реакции и оценки направлены не только на номинацию, но и на телеведущего Владимира Соловьева, который впервые употребил ее в отношении Екатеринбурга.

Подробный анализ результатов анкетирования будет представлен в докладе.

Библиографическая ссылка

Головнева Е. В. Ценностные основания развития региональных сообществ // Культурологические чтения – 2016 : материалы Международ. науч.-практ. конф. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та. 2016. С. 46–52.

МЕТАОПЕРАТОР *ЧЕЛОВЕК С БОЛЬШОЙ БУКВЫ* ПО ДАННЫМ БАЗЫ «ИНТЕГРУМ»

Нередко в современной речевой практике для положительной характеристики человека и особого подчеркивания его значимых черт говорящий пользуется метаоператором *человек с большой буквы*, содержание которого далее раскрывается автором высказывания. Цель доклада – на примерах текстов СМИ (выборка материала осуществляется на основе корпусной базы данных мониторинговой компании «Интегрум») выявить, какими качествами наделяется *человек с большой буквы*.

Данный метаоператор функционирует в качестве идиоматического выражения со значением «человек, достойный уважения, отличающийся высокими моральными качествами» [Бирих, Мокиенко, Степанова, с. 619]. Из данного определения следует, что *человек с большой буквы* характеризуется широкой представленностью нравственных качеств: *В какой бы сложной жизненной ситуации он ни оказывался, Осман оставался человеком с большой буквы – уважительным к людям, с пониманием и сердобольно относился к обездоленным и всегда старался оказать помощь и поддержку нуждающимся* (Ингушетия. 2021. 2 сент.). На первый план выходят понятия «из сферы высоких чувств и принципов», такие как добро, милосердие, сострадание, чуткость, честность, надежность, мудрость и др. (см.: [Вепрева, с. 64]).

Однако метаоператор *человек с большой буквы* сопровождается комментариями, связанные не только с характеристикой человека, обладающего высокими духовными качествами, но и с описанием образа, значимого в профессиональной сфере: *Это человек с большой*

буквы, обладающий колоссальным опытом и профессионализмом, для которого служение государству является первостепенным долгом (Маршо (Урус-Мартан). 2022. 7 окт.). Данная группа контекстов касается таких профессий, как *учитель, врач, хореограф, художник*, а также высоких должностей: *глава административного объекта, руководитель организации*. Все представители этих профессий и должностей относятся к гуманитарной сфере, тесно связаны с человеком, способны оказывать положительное воздействие на окружающих, являются значимыми лицами в их глазах, им, как правило, оказывается большее уважение.

Таким образом, благодаря употреблению метаоператора *человек с большой буквы* раскрывается индивидуальная система ценностей говорящего. Становится понятным, какие качества являются значимыми, первостепенными для характеристики другого человека. Анализ собранного нами материала показал, что основными качествами *человека с большой буквы* являются сострадание, сочувствие к ближнему, доброта, чуткость, честность – всё это высокие моральные характеристики (что совпадает с формулировкой словаря), которые дополняют профессиональные качества – требовательность, профессионализм, опытность, грамотность.

Библиографические ссылки

Бирх А. К., Мокиенко В. М., Степанова Л. П. Словарь русской фразеологии : историко-этимологический справочник. Санкт-Петербург : Фолио-Пресс, 1998. 700 с.

Вепрева П. Т. Метаязыковые высказывания как сигналы стилистических сдвигов: к проблеме новых методов исследования // *Stylistyka*. 2011. Т. 20. С. 55–65.

АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ В ВИЗУАЛЬНЫХ НОВЕЛЛАХ

Аксиологическая информация связана с категорией оценки, и аксиологическая шкала позволяет распределить оценочные понятия от хороших до плохих. На материале визуальной новеллы мы рассмотрим способы выражения оценки посредством выбора, предоставляемого читателю-игроку.

Главной особенностью визуальных новелл является то, что читатель может делать выбор, влияющий на развитие сюжета истории. Разнообразие альтернативных концовок варьируется в зависимости от основных выборов читателя. Возможны даже ситуации, где при определенном выборе история может закончиться преждевременно, чаще всего с негативным сюжетным исходом.

В новелле «Паруса в тумане» – истории о любви, пиратах и захватывающих приключениях на просторах Карибского моря – игроку-читателю предлагается ряд возможностей влиять на развитие событий, и сделанный им выбор определяет его ценностные предпочтения.

Во-первых, выбор, очевидно связанный с оценкой, – это сторона магии, к которой примкнет главная героиня (светлая или темная магия).

Выбор светлой магии приведет к восстановлению *Поляны Скрипача* (= Рай для погибших моряков, духов). Выбор темной магии – к восстановлению *Рундука Мертвеца* (= Ад для погибших моряков).

Во-вторых, выбор главной героиней пути разрешения конфликтных ситуаций – «сила» или «дипломатия». Выбор «силы» является неотъемлемой частью сражений, побед в дуэлях, отношений

с некоторыми персонажами, финального сражения с главным антагонистом. Выбор «дипломатии» влияет на способность к переговорам и убеждениям персонажей, которые будут способствовать достижению героиней главных целей, а также победе в финальном сражении.

В-третьих, это выбор, влияющий на отношения с товарищами-пиратами, на их оценку главной героини, – уважительную или пренебрежительную.

Уважительное отношение к главной героине проявляется в создании пиратского образа, в помощи команде, в поддержании командного духа и, как следствие, приведет к сохранению целостности корабля и к улучшению отношений между пиратами и главной героиней.

Особая категория выборов – выборы на время, которые провоцируют реакцию читателя-игрока, его умение сориентироваться в критических ситуациях – в ситуациях сражений, дуэлей. Данные выборы требуют особого внимания к предыдущей информации, к описанию характеристики персонажа, отличительных черт места, особенностей приготовления пищи или напитка. Чаще всего такие выборы влияют на репутацию героев.

Таким образом, существуют различные способы влияния на сюжет, их вариации обусловлены характером и жанром историй. Читатель, делая выборы, сам определяет ценностные приоритеты и пути развития сюжета: будет эта история пропитана жестокостью или добром и состраданием.

СЕМАНТИКА ПРИЛАГАТЕЛЬНОГО *ИНТЕРЕСНЫЙ* ПО ДАННЫМ СОВРЕМЕННЫХ СЛОВАРЕЙ РУССКОГО ЯЗЫКА

Прилагательное *интересный* относится к лексико-грамматическому разряду качественных прилагательных и обладает богатой семантикой. В русском языке это многозначное слово, семантическая структура которого изменялась в процессе развития языка. В толковых словарях дается разное количество лексико-семантических вариантов, и некоторые из них приобретают в речи оценочные смыслы.

В академических словарях (см.: БАС; МАС; Ожегов, Шведова) представлены следующие актуальные значения прилагательного *интересный*.

1. 'Возбуждающий интерес, любопытство; занимательный'.

После ужина отдыхающих ждали развлечения. Кто ходил в кино, мог посмотреть кино, если фильм новый или старый, но интересный (Афонин В. Е. Путевка).

Екатерина Ивановна играла трудный пассаж, интересный именно своей трудностью, длинный и однообразный (Чехов А. П. Ионыч).

2. 'Отличающийся богатым внутренним содержанием, разно-сторонними интересами, необычностью и т. п.'.

Все эти люди, – а также и немало других, к которым я обращался за рассказами, – были необыкновенно интересны (Бек А. А. Почтовая проза).

3. 'Разг. Привлекательный, красивый, миловидный'.

Какая ты сегодня интересная, Юлочка, тебе так идет быть бледной, – сказала Дружиловский (Ардаматский В. И. Две дороги).

4. Значение «полезный, выгодный», этимологически восходящее к французскому, в современных словарях отмечено как устаревшее.

Щи или суп в котле сначала всегда бывают жирнее и гуще, а после жиже и постнее, поэтому и считалось интересным встать к котлу в первую очередь, чтобы получить более жирных щей (Подшивалов Д. И. Воспоминания).

5. Еще одно устаревшее значение – ‘болезненно-бледный’.

Явился в ее замке раненый гусарский полковник Бурмин, с Георгием в петлице и с интересной бледностью, как говорили тамошние барышни (Пушкин А. С. Метель).

В словаре галлицизмов (см.: [Епишкин]) приведено значение, не встретившееся в других словарях, – ‘с клубничкой, эротически занимательный’. Оно имеет оценочную коннотацию:

Характер обеих подруг был слишком благороден, чтобы они вели интересные разговоры, которые ведут во многих будуарах (Библиотека для чтения. 1855. Т. 130, отд. 2).

Прилагательное *интересный* употребляется как эвфемизм в устойчивом словосочетании *в интересном положении* – «о состоянии беременности»:

Женщины в интересном положении любят капризничать и вообще предаваться мрачным мыслям (Чехов А. П. Следователь).

В докладе будет проанализировано развитие аксиологических смыслов прилагательного *интересный*.

Библиографические ссылки

БАС – Словарь современного русского литературного языка. В 17 томах. Том 5. И–К / под ред. В. И. Чернышёва. Москва ; Ленинград : Изд-во АН СССР, 1956. 969 с.

Епишкин П. П. Исторический словарь галлицизмов русского языка. Москва : ЭТС, 2010. 514 с.

МАС – Словарь русского языка. В 4 томах. Том 1. А – Й / под ред. А. П. Евгеньевой. 4-е изд., стер. Москва : Рус. яз. : Полиграфресурсы, 1999. 702 с.

Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений. 4-е изд., доп. Москва : Азбуковник, 2000. 944 с.

РУССКИЕ ЭВФЕМИЗМЫ О ПЬЯНСТВЕ В АКСИОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Стереотипные представления о мире и общепринятые ценности в той или иной степени репрезентируются эвфемизмами, которые в настоящее время широко используются в речевой практике носителей русского языка.

Россия известна как страна, в которой потребляется много алкоголя. У представителей других лингвокультур, в частности китайцев, сформировано устойчивое мнение, что употребление крепкого алкоголя в большом количестве является показателем русской национальной идентичности и характерной чертой россиян. Такая оценка отчасти подтверждается многочисленностью эвфемизмов о пьянстве, представленных в словаре (см.: [Сеничкина]). В докладе эвфемизмы этой группы будут проанализированы не только в аспекте их семантики, но и в аспекте отражения социальной психологии русского народа. Аксиологический анализ эвфемизации русской речи важен для развития навыков межкультурной коммуникации у иностранцев, изучающих русский язык.

В структуру ряда эвфемизмов тематической группы «Пьянство» входят прецедентные знаки, связанные с мифологическими и религиозными представлениями (напр.: *угодник Бахуса*, *поклонник Вакха* и др.), отражающие культурно-нравственные традиции русскоязычного сообщества и его отношение к пьянству. К библейскому мотиву восходит один из самых употребительных эвфемизмов рассматриваемой тематической группы, используемый для номинации крепкого алкоголя (водки) – *зеленый змей*. Библейские корни этого эвфемизма очевидны: змей, искушавший Адама и Еву украсть запретный плод, символизирует грехопадение и наказание.

Определение *зеленый* – напоминание о том, что в Древней Руси пили водку, настоянную на травах, хвое, почках деревьев, отчего она приобретала зеленоватый цвет. Эвфемизм *зеленый змий* является контаминацией библейского сюжета и древней традиции виноделия. В аксиологическом плане это выражение служит напоминанием о негативных последствиях чрезмерного употребления алкоголя.

В русских эвфемизмах о пьянстве содержатся оценки опьянения представителей практически всех социальных сословий. Например, выражения *с мухой* (в голове), *под мухой* появились в речи любителей карточной игры из высших классов; выражения *на первом (втором) взводе, за галстук* – в речи солдат; выражение *закладывать (заложить) за воротник* – в речи кораблестроителей времен Петра Великого.

Судя по проанализированному нами материалу, в русской лингвокультуре доминирует негативная оценка пьянства как *вредной привычки*. В то же время в ряде эвфемизмов содержится нейтральное, ироничное, а иногда даже позитивное отношение к употреблению алкоголя как полезного для здоровья (не *пить*, а *лечиться*), придающего силы (*подкрепиться шкаликком*) и даже приятного (*веселенький, под веселую руку*). На наш взгляд, в неоднозначных оценках пьянства, зафиксированных в эвфемизмах соответствующей тематики, отражается противоречивость русского национального характера.

Библиографическая ссылка

Сеничкина Е. И. Словарь эвфемизмов русского языка. Москва : Флинта, 2008. 459 с.

БАЗОВЫЕ ЦЕННОСТИ В ОТРАЖЕНИИ СЕТЕВЫХ КИТАЙСКИХ МЕДИА (на примере «抖音 Доуинь»)

Ценности являются стержневым элементом национальной культуры. Они выступают как «принципы, регулирующие жизнедеятельность больших социальных групп людей» [Шалина, с. 135]. В информационную эпоху ценности тиражируются социально ориентированными сетевыми медиа. Объект исследования – востребованное пользователями приложение «抖音 Доуинь». Задача доклада – обозначить базовые ценности, ориентированные на широкую аудиторию.

«抖音 Доуинь» – актуальное приложение для создания и просмотра коротких видео, являющееся ведущей видеоплатформой в Китае. Международная версия Tik Tok – аналог китайского «抖音 Доуинь».

Обращают на себя внимание аксиологемы, имеющие русские аналоги: *生活* жизнь, *家庭* семья, *心灵* душа, *青春* молодость, *友谊* дружба, *梦想* мечта, *美丽* красота. Они являются ключевыми словами, доминирующими в рейтинге поиска (см.: [抖音2022年度热搜榜: 抖音关键词]). Отмеченные единицы сигнализируют «концепты, которые воспринимаются носителями языка как абсолютные ценности» [Кретов, Стародубцева, с. 140], компоненты «аксиологического лексикона» [Купина, с. 33] – и китайского, и русского. Приведем отдельные примеры в переводе автора доклада.

珍藏梦想, 包容生活。 珍藏 мечты и радуйтесь жизни.

友情就像花瓶一样, 被人一捣鼓就碎了。 Дружба хрупка, как ваза. Чистая心灵是我们的底色。 Чистая душа – это наша красота.

人常说不要让青春留白, 所以我把它涂成了五光十色。 Молодость должна быть многоцветной.

Специально используются русские афоризмы. Например: *Красота спасет мир* (китайский вариант: *美丽改变世界*); *Все счастливые семьи похожи друг на друга, каждая несчастливая семья несчастлива по-своему* (китайский вариант: *家家有本难念的经*).

Ключевые слова, зафиксированные в коротких видео приложения «*抖音 Доуинь*», обнаруживают органическую связь с константами национальной лингвокультуры, отражают универсальные ценностные предпочтения, определяют аксиологический выбор пользователей.

Библиографические ссылки

Кретов А. А., Стародубцева Ю. А. Русские аксиологемы МАСа-2 // Политическая лингвистика. 2016. № 2 (56). С. 140–154.

Купина Н. А. Любительская датская поэзия: групповой аксиологический лексикон и креативные речевые практики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. 2020. Т. 19, № 2. С. 31–42.

Шалина И. В. Уральское городское просторечие: лингвокультурные типажы // Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2009. Т. 66. № 4. С. 134–143.

抖音2022年度热搜榜. 2022 [Рейтинг по списку популярных поисковых запросов к видеоплатформе «Доуинь» на 2022 год] : сайт. URL: <http://www.juzimi1.com/juzidaquan/536415.html> (дата обращения: 12.03.2023).

抖音关键词. 2022 [Ключевые слова в приложении «Доуинь». 2022] : сайт. URL: <https://m.weibo.cn/detail/4323259303963383> (дата обращения: 12.03.2023).

КОГДА ПОВЕДЕНИЕ РОБОТА СТАНОВИТСЯ АНТИЦЕННОСТЬЮ? (На материале рассказа Айзека Азимова «Логика»)

Айзек Азимов внес большой вклад в становление художественного образа робота. Предшественники писателя: А. Бирс («Хозяин Моксона», 1909), М. Уильямс («Машина разума», 1919), Э. Гамильтон («Металлические гиганты», 1926) и др. – изображали искусственный интеллект в основном отрицательно: «механизмы встают против своего создателя, против людей в целом и чаще всего берут верх в этом противостоянии» [Ахмедов, с. 115]. У Азимова же робот – друг человека, действующий в границах трех законов робототехники и потому неспособный нанести людям вред (см.: [Карасик; Максимчук; Шевченко]). В аксиологическом измерении, следовательно, робот и все его действия могут идентифицироваться как ценность.

Сборник рассказов А. Азимова «Я – робот» исследователи часто характеризуют как «цикл новелл», «сборник новелл» (о диффузности жанра рассказа см.: [Бортникова, Созина]). Композиция цикла призвана отражать эволюцию роботов: если в первом рассказе основной персонаж – робот-нянька Робби, выполняющий в целом несложные функции контроля над ребенком, то в седьмом остается до конца неясно, был ли Стивен Байерли, баллотирующийся в мэры города, роботом или нет (настолько антропоморфны стали машины) (см.: [Галичкина, Путилова]). Материалом для нашего доклада послужил рассказ «Логика», где робот впервые задумывается о своем существовании.

Главные герои произведения, Пауэлл и Donovan, собирают новую модель робота – QT-1 (англ. QT-1). Зовут механического персо-

нажа Кьюти по первым английским буквам имени (непереводимая игра слов: англ. *Cutie* означает также «милашка», от англ. *cute* – ‘милый’). Новая модель умест сопоставлять и логически рассуждать. Этого оказывается достаточно, чтобы КТ-1 сравнил себя и людей – и обнаружил собственное превосходство над ними (робот может не спать $\frac{1}{3}$ жизни, работать при разных температурах и т. д.). Существо, стоящее на ступени эволюции ниже другого, не может породить нечто высшее, чем оно само, – такова логика Кьюти. Следовательно, создал его не человек, а *Господин* – преобразователь энергии на станции. Начав поклоняться своему «кумиру» и обратив в новую «религию» других роботов, КТ-1 с их помощью берет власть в свои руки и отстраняет людей от работы.

Такое поведение Пауэллом и Донованом интерпретируется, естественно, как антиценность. В докладе рассматриваются отрицательно-оценочные номинации робота: *metal mess* (букв. ‘куча железа’), *tinplated screwball* (‘покрытый оловом идиот’), *brass baboon* (‘обезьяна из латуни’) и др. – и особенности перевода соответствующих контекстов на русский язык.

Библиографические ссылки

Ахмедов Р. III. Концепция «робототехники» в научной фантастике Айзека Азимова: столкновение традиций и инноваций // Филологические науки. Научные доклады высшей школы. 2022. № 4. С. 114–123.

Бортишкова А. В., Созина Е. К. Рассказ Д. Н. Мамина-Сибиряка 1880-х гг.: основные черты и тенденции повествования // Эстетика минимализма: малые жанры как форма времени : материалы XXI Всерос. науч.-практ. конф. словесников. Екатеринбург : УрГПУ, 2018. С. 21–30.

Галичкина Е. Н., Путилова Э. О. Антропоморфные и реиморфные характеристики робота как персонажа научной фантастики // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2020. № 2 (145). С. 173–176.

Карасик В. II. Легенда о Големе как сюжетный алгоритм // Язык и культура. 2021. № 55. С. 76–86.

Максимчук Н. А., Шевченко О. А. Азимов и современность (обзор мероприятий к 100-летию автора трех законов робототехники) // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2020. № 2 (18). С. 121–125.

ПОЗДРАВИТЕЛЬНЫЙ ТЕКСТ В КОНТЕКСТЕ ПРАВОСЛАВНОГО И ПСЕВДОПРАВОСЛАВНОГО ЭТИКЕТА

Псевдоправославие можно связать с таким состоянием ума людей новообращенных или уже считающих себя воцерковленными, которое вызвано потребностью адаптировать христианское учение и обряды под себя, подогнать их под свое видение и свое понимание для максимального удобства. По меткому выражению о. Павла Адельгейма, «одно дело православие, с его вероучением, догматами, культом и нравственными принципами, и другое дело – идеология, то есть как бы высосанный из этой цельности сок, который совсем не соответствует православию» (цит. по: [Донецкий]).

Псевдоправославие может означаться по-разному. Предметом нашего внимания стали поздравления с Пасхой – *праздником праздников и торжеством торжеств* для христиан. Поздравление можно рассматривать как полиинтенциональное образование, реализующееся в контексте одной ситуации, ядром которой являются речевые высказывания со свойством перформативности, воплощенным в глаголах-предикатах *поздравляю(ем)* *желаю(ем)* и пожеланием чего-либо.

Фрейм-сценарий ситуации поздравления-пожелания имеет следующую структуру: *здесь и сейчас – по праздничному (приятному) поводу – я – тебя – приветствую и выражаю радостные чувства и надежду на определенное положение дел (адресата) в будущем – для создания и поддержания благоприятного контакта и чувства общности*. Если устный вариант поздравления с Пасхой обычно сокращается до двух взаимосвязанных сакральных речевых формул (*Христос Воскрес(е)* – *Воистину Воскрес(е)*),

то письменная реализация фрейма-сценария поздравления имеет более сложную структуру и отличается стилистическим разнообразием. Приведем пример поздравления с Пасхой архимандрита Иоанна (Крестьянкина):

«Христос Воскресе!

Дорогие мои! Рад снова приветствовать вас с бесконечно радостным и светлым Праздником Живоносного Воскресения Христова и от полноты душевных чувств восторженно паки и паки восклицать: Христос Воскресе! Эти дивные слова непоколебимо выражают отраднейшую истину торжества христианской любви, веры и надежды на наше бессмертие. Поклоняясь вместе с вами Воскресшему Спасителю, молю Его благодать даровать вам самое драгоценнейшее из всего – вечное спасение. Будем верить, что все наши скорби и горести – неизбежны на пути к Небесному Иерусалиму и попускаются Господом ради нашего спасения. Пусть же радость о Воскресшем Спасителе утешит и ободрит вас и навсегда пребудет с вами. Воистину Воскресе Христос!

С любовью и благословением Ваш Архимандрит Иоанн (Крестьянкин).

Пасха Христова, 1985 год» [Пасхальные поздравления ...].

Поздравительный текст обрамляется речевыми формулами *Христос Воскресе! – Воистину Воскресе Христос*. Собственно поздравление состоит из приветствия (*рад... приветствовать вас...*) и обозначения праздничного повода: Пасха перифрастически обозначается как *бесконечно радостный и светлый Праздник Живоносного Воскресения Христова*. В поздравление также включена интерпретационная часть, выполняющая функцию мини-проповеди и эксплицирующая религиозные ценности – *христианскую любовь, веру, надежду на бессмертие, спасение*. Констатируется идея неизбежности *попускаемых Господом скорбей и горестей ради спасения*: земной путь человека мыслится как юдоль печали и плача. Поздравление синтагматически разворачивается в желание *радости о Воскресшем Спасителе, способной утешить и ободрить*.

Анализ более 40 поздравлений с Пасхой арх. Иоанна (Крестьянкина (см.: [Пасхальные поздравления ...]), адресованных священникам и мирянам, позволил выделить главные христианские ценности, номинируемые в пожеланиях, в частности *Бог, вечная жизнь, духовная радость, любовь, вера, благочестие, Божественный Свет, Благодать Духа Святого, страдание* и др., например: *Будем радоваться победе Жизни над смертью и укрепляться силами, потребными к животу и благочестию; Любы Бога и Воскресшего Христа да будет со всеми вами; Возлюбим же сами страдания многотрудной и многоболезненной жизни с ее целительными скорбями и научим этому спасительному подвигу чад Божиих.*

Обратимся к поздравлениям с Пасхой, тиражируемым различными сайтами и интернет-каналами, в том числе и православными, и рекомендуемым людям как достойные образцы поздравлений с Пасхой, например:

Мой муж любимый, дорогой,
Тебя с Пасхальным днем
Хочу поздравить, мой родной,
И опить вином.

Пусть каждый день и каждый час
Не будет горестей у нас.
Пусть удачи будет много
И светлой жизненной дороги.

[Лучшие пасхальные пожелания для мужа]

С днем Христова Воскресенья
Поздравляю вас теперь.
Отпускайте прегрешенья,
Открывайте счастью дверь!

[Ответ на поздравления с Пасхой]

Я поздравляю с Воскресеньем!
Христос воистину воскрес!
Награда Божья за мученья.
Вам к Пасхе шлю я СМС!

[СМС поздравления на Пасху Христову]

Собственно поздравительная часть в этих стихотворных текстах выражается перформативом *хочу поздравить, поздравляю*; обозначается праздничный повод – с *Пасхальным днем; с днем Христова Воскресенья*. Пожелания обмирщают идею величайшего религиозного праздника: глагольное сочетание *опоить вином*, стереотипные представления о христианской жизни как *бесконечно счастливой, светлой жизненной дороге без горестей*, орфографическое написание *Воскресенье* в сочетании с весьма неоднозначно понимаемой среди православных ценностной номинацией *удача*. Ср. по этому поводу замечание Патриарха Кирилла: «Есть нечто, что люди, не имея возможности рационально описать, обозначают словом, которое в Церкви не употребляется. Нету рационального описания того, что такое удача. Это некий зазор между усилиями, которые производит человек, напрягая все, что он умеет и чем обладает, и реальным результатом. Мы используем другое слово для описания вот этого неведомого пространства. Мы называем это помощью Божией» [Слово Святейшего Патриарха ...]. Пасха воспринимается как мирской праздник, такой же, как Новый год или 8-е Марта. Конечно же, в ценностях *счастья, здоровья, добра, красоты* и подобного нет ничего противоестественного, но сказочная жизнь (*Пусть будет жизнь подобна сказке...*) христианам не общана. Ср.: *...многими скорбями надлежит нам войти в Царство Божие* (Деян. 14 : 22).

Итак, тиражируемые стихотворные поздравления с религиозными праздниками в целом десакрализуют и опошляют многие христианские идеи, их поэтическое воплощение формирует дурной вкус и может служить образчиком псевдоправославия.

Библиографические ссылки

Донецкий С. Солидный господь для солидных господ // Центр религиозно-ведческих исследований «РелигиоПолис»: сайт. URL: <https://www.religio-polis.org/publications/1231-solidnyj-gospod-dlja-solidnyh-gospod.html?ysclid=lnalnntp93758059452> (дата обращения: 03.03.2023).

Лучшие пасхальные пожелания для мужа : сайт. URL: <https://www.holidays.ru/congratulations/32848.html> (дата обращения: 08.03.2023).

Ответ на поздравления с Пасхой // Smartminds. Портал поздравлений и пожеланий : сайт. URL: <https://smartminds.ru/otvet-na-pozdravleniya-s-pashoy/?ysclid=lnam5dp7ca697546168> (дата обращения: 08.03.2023).

Пасхальные поздравления о. Иоанна Крестьянкина // Элефтерия : православный сайт. URL: <https://clefteria.ru/pashalnyic-pozdravleniya-ioanna-krestyankina/?ysclid=lnalve49i2600602668> (дата обращения: 08.03.2023).

Слово Святейшего Патриарха Кирилла после молебна в день инаугурации Президента Российской Федерации // Русская Православная Церковь : офиц. сайт Московского Патриархата. URL: <http://www.patriarchia.ru/db/text/2206282.html> (дата обращения: 08.03.2023).

СМС поздравления на Пасху Христову // Пожелание.ру : сайт. URL: <https://pojelaniye.ru/smsmain/smspasha/2629-sms-pozdravleniya-na-pashu-hristovu.html> (дата обращения: 08.03.2023).

**«ПРАВИЛО ОДНОГО ШАГА»:
О ПОВЫШЕНИИ СТИЛЯ
ПРИ ПЕРЕВОДЕ АНГЛОЯЗЫЧНОГО СЛЕНГА
НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

Несмотря на стратегию отчуждения (форенизации), то есть на повышение структурно-семантической эквивалентности текстов, которая доминирует при переводе, методология последнего с точки зрения стилистических преобразований остается принципиально традиционной и требует соответствия жанрово-стилистических и художественных (литературных, кинематографических) канонов соответствующих языков.

На основе канонов русского языка, где «высокие» стили характеризуются риторическим пафосом и серьезностью, в англо-русском переводе рекомендуется «повышать стиль», то есть делать перевод более литературным. В русско-английском переводе, согласно канонам англоязычных литературных стилей (прежде всего публицистики), предписывающих фактуальность, ясность, конкретность и большую личную привлекательность для реципиентов, необходимо несколько «понижать стиль», делать высказывания более идиоматичными и конкретно-понятийными, без излишних абстракций и обобщенных слов. Отметим, что термин «стиль» в данном исследовании, в частности в сочетаниях «повышать стиль» и «понижать стиль», понимается как стилистическая окраска или регистр языковых единиц, обозначаемых соответствующими метками в языковых словарях, а также как уровень речи и письма, принятый в конкретной коммуникационной ситуации.

Изучение сленга в переведенных текстах представляется особенно актуальным, поскольку форенизация ведет к частому исполь-

зованию в них сленга, фамильярной и сниженно-разговорной лексики и оборотов, что не характерно для устоявшихся национальных стилей и жанров, литературных канонов. Также актуальна нормализация перевода сленгизмов. Сленгизмы и вульгаризмы, особенно в художественном тексте (включая кинотекст), из-за разницы в стилистических канонах действуют на русскоязычных реципиентов более шокирующе, чем на англоязычных. Поэтому необходимо разработать правила «модерации» этих единиц, которыми надлежит руководствоваться при переводе.

Следует отметить, что среди переводчиков фильмов есть и сторонники полной и точной стилистической эквивалентности субстандартных единиц английского и русского языков как показателя своеобразной «переводческой честности» перед зрителем; ярким представителем этого направления является Дмитрий Пучков (Гоблин). Таким образом, вопрос о правилах перевода субстандартных единиц и учета / не учета разницы в канонах передающей и принимающей культур пока не решен и нуждается в дальнейшем обсуждении.

Нами было проведено исследование, целью которого являлось сравнение сленговых единиц в англоязычных кинотекстах и их переводных соответствий. Материалом исследования послужили 300 сленгизмов, отобранных методом сплошной выборки из транскриптов оригиналов и переводов кинотекстов «Мачо и ботан», «Оранжевый – хит сезона», «Новенькая», «Доктор Хаус», «Как я встретил вашу маму», «Теория большого взрыва», «Книжный магазин Блэка». Методы исследования: лексикографический, стилистический, сравнительно-сопоставительный, статистический.

Выявлено, что при переводе фамильярной и сниженно-разговорной лексики с английского на русский язык преобладает «правило одного шага» в сторону повышения стиля, то есть определенная градация регистровых сдвигов. Наиболее распространенной стратегией перевода сниженно-разговорной лексики является сглаживание – 54 %, на втором месте – эквивалентность («переводческая честность») – 35 %, на третьем – понижение стиля (дисфемизация).

1. Сглаживание – нейтрализацию или повышение стиля (регистра) при переводе сленгизмов с английского на русский – демонстрируют больше половины примеров (54 %). Это особенно касается обценных эксплетивов и инвектив, более распространенных в разговорном английском по сравнению с русским. Выявлены следующие сдвиги регистров («правило одного шага»):

1) англ. сленгизм-вульгаризм / обценнизм > рус. нейтральное, литературно-разговорное или литературное слово. *So all they do now is recycle shit from the past. Все что они делают, это занимаются ерундой* (физиологизм > литературно-разговорная лексема). *And if I'm being honest, I was still pissed at you. – И если уж говорить честно, я все еще на тебя злилась!* (физиологизм > литературно-разговорное выражение);

2) англ. сленгизм-вульгаризм / обценнизм > рус. просторечное, фамильярно, сниженно-разговорное, экспрессивное или жаргонное слово / выражение. *You're so full of shit! – Да ты врешь и не краснеешь!* (вульгаризм-физиологизм > фамильярно-разговорная идиома). Например, *You're a fucking waitress. Черт, ты же официантка!* (эксплетив-обценнизм > эксплетив-профанизм). *And who is fucking asked you? А тебя не спрашивали, курица* (эксплетив – этимологический обценнизм > разговорное, бранное слово). *My cousin has been a bitch. – Моя сестра ведет себя как тварь* (обценнизм > просторечное пресзрительное слово);

3) англ. сленгизм-образ / идиома > рус. обобщенное, нейтральное или амелиоративное слово / выражение. *I'm with you, hon! – Я согласна, дорогая!* (сленгизм, разговорная фраза > уменьшительно-ласкательное слово, нейтральная фраза). *Technically I'm not supposed to touch Koran, but I did wash the hands. So, I thought that Allah would be cool about that. Вообще-то мне и касаться Корана нельзя, но я вымыла руки. Думаю, Аллах будет не против* (сленгизм > литературно-разговорная фраза). *I would knock you in your tooth for bringing up your baggage to my place. Устроить бы тебе взбучку за то, что впустила свои беды в мой дом!* (идиомы-сленгизмы > более обобщенные идиомы). *Pipes, I'm losing it. – Пайпс, я схожу с ума* (сленговая идиома > литературно-разговорное выражение);

4) англ. высказывание со сленгизмом > рус. нейтральное высказывание с другим смыслом. *I will sneak into your bunk.* – Я подкрадусь к твоей койке (идиоматическое слово > литературное слово, трансформация смысла на более приличный). *Take out your purse and cough some dough up...* – Мы сегодня здесь собрались не просто так... (сленгизмы > литературная лексика). *My chickens get with you if you vote right.* Слушайте папу, он ваш билет на западное побережье (сленгизмы > имитация разговора с детьми). *No one fucks with cancer.* С такими никто не дурит! (сленгизм – этимологический обценнизм > фамильярно-разговорное слово).

2. Вторая группа (35 % примеров сленгизмов) относится к случаям эмоционально-экспрессивной эквивалентности соответствующих слов исходного языка и языка перевода. Эту стратегию можно обозначить как «переводческая честность». С точки зрения переводческих трансформаций в таких примерах реализуются преимущественно метонимический перевод и функциональные аналоги (лексические замены), целостные смысловые преобразования и синтактико-смысловые изменения, приводящие к понижению регистра (стиля) по сравнению с принятыми канонами в русском языке и к повышению экспрессивности. Благодаря им обеспечиваются примерная смысловая и прагматическая эквивалентность оригинала и перевода, а также сближение стилистических уровней без их полного соответствия. *Drink up me hearties yo ho!* – Так выпьем, пираты, йо-хо! (*hearties* – сленговое обозначение сослуживцев-моряков, прецедентная фраза – конкретизация, калькирование). *Wassup?* – Ну че? (сленговое выражение, аграмматизм > аграмматизм, сниженно-разговорное выражение). *Dammit, Brad. This is real.* – Да черт тебя побери. Бред (словарные соответствия). *Pick a number. Any number, kiddo.* Назови какое-нибудь число, давай (сленгизм > фамильярно-разговорное слово). *That's bullshit, geek!* > Это фигня, дегенерат! (сленгизмы-вульгаризмы > вульгаризмы).

Большая часть таких примеров вызывает вполне адекватный эмоциональный отклик со стороны русскоязычных реципиентов.

Однако иногда в русском переводе эквивалентные, казалось бы, слова / выражения воспринимаются как более экспрессивные, грубые, небрежные или фамильярные. Вкупе с грубым содержанием они могут оказывать более шокирующее действие на реципиента, чем задумывалось сценаристом.

3. Третья группа (11 % сленгизмов из выборки) демонстрирует понижение стиля (регистра), дисфемизацию при переводе. Соответствующую стратегию перевода можно было бы обозначить термином «понижение». В отношении переводческих трансформаций эти примеры обнаруживают функциональные аналоги (лексические замены), целостные смысловые преобразования и синтактико-смысловые изменения, приводящие к понижению регистра (стиля) по сравнению с принятыми в русском языке канонами и к повышению экспрессивности. *Then one day you wake up in Atlantic City where girls are trash.* – *И когда ты однажды просыпаешься в Атлантик-сити со шлюхами* (сленгизм > вульгаризм, близкий к общеснизму). *You're just a chickenhead, and that's all you've ever been.* – *Ты просто дерьмо и всегда им и останешься* (сленгизм > функциональный аналог – этимологический физиологизм, синтактико-смысловое изменение). *Shut up, nerd.* – *Заткнись, задрот* (сленгизм > общеснизм). *Are you getting soft on me? Будешь поти распускать?* (сленгизм-идиома > экспрессивное литературно-разговорное выражение). Крен в сторону понижения в русском переводе едва ли оправдан. Такая лексика может шокировать русскоязычного реципиента, что отвлечет его от сути эпизода и смысла фильма.

Результаты практического анализа позволяют сделать следующие выводы. Существует разница между стилистическими, жанровыми, художественными (литературными, кинематографическими) канонами соответствующих языков. Этот фактор (наряду со смысловой эквивалентностью) является важнейшим при переводе художественной кинопродукции. Переводчики в целом улавливают эту разницу. Наиболее распространенной стратегией перевода сниженно-разговорной лексики является сглаживание – 54 %, на втором месте эквивалентность («переводческая честность») – 35 %, на третьем месте понижение стиля (дисфемизация) – 11 %.

Причины преобладания сглаживания при переводе субстандартной лексики и сниженно-разговорных выражений с английского на русский таковы:

1) разница между жанрово-стилистическими и художественными (литературными, кинематографическими) канонами русского и английского языков;

2) более низкий порог восприятия сниженно-разговорной лексики русскоязычными реципиентами в связи с более низким порогом терпимости к вульгаризмам и сленгизмам в русскоязычной литературной традиции по сравнению с англоязычной;

3) более высокая экспрессивность и эмотивность, низкая (грубая) стилистическая окраска и меньшая частотность фамиллярно-сниженно разговорной лексики в русском языке;

4) в свою очередь, приведенные три причины обусловлены исторически сложившейся более жесткой дифференциацией литературных и разговорных стилей в русском языке по сравнению с английским.

Подчеркнем, что при решительном отвержении стратегии понижения (дисфемизации) при переводе с английского на русский язык преимущества и недостатки стратегий сглаживания и «переводческой честности» можно и нужно обсуждать. Дискуссия о целесообразности этих двух стратегий также поможет выработать более четкие правила перевода фамиллярной и сниженно-разговорной лексики.

ДИАЛОГ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: В ПОИСКАХ НОВОГО ЭТАЛОНА ОФИЦИАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ*

Новые форматы коммуникации власти с обществом (официальные сайты, паблики в социальных сетях, каналы в мессенджерах), законодательно предписанные властным структурам (см.: [Об обеспечении доступа к информации ...]), требуют иной манеры общения, иного стиля, чем традиционные письменные тексты. В связи с этим возникает необходимость лингвистического осмысления инновационных речевых продуктов, создаваемых органами власти. Без решения вопроса о методе определения существенных характеристик нового речевого материала описание нового эталона официального общения невозможно.

Представляется, что описание формирующегося на наших глазах стилевого стандарта ответов на обращения граждан в социальной сети «ВКонтакте» может быть получено с опорой на методику категориально-текстового анализа, разработанную Т. В. Матвеевой (см.: [Матвеева]). Категориально-текстовая методика предполагает исследование типологических свойств текстов: темы, композиции, тональности, авторизации, адресации и др. Основное понятие такого исследования – текстовая категория – это «один из взаимосвязанных признаков текста, представляющий собой отражение определенной части текстового смысла различными языковыми, речевыми и собственно текстовыми (композитивными) средствами» [Стилистический энциклопедический словарь ..., с. 533]. Типологические характеристики письменных ответов власти на обращения граждан были определены нами ранее (см.: [Матвеева, Ширинкина]).

* Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00171 (<https://rscf.ru/project/23-28-00171/>).

В докладе будут изложены результаты категориально-текстового исследования, материалом для которого послужила предоставленная ЦУР (Центром управления регионом) Пермского края база обращений граждан в социальной сети «ВКонтакте» и ответов на них органов исполнительной власти за 2021 г. Обследовано свыше 300 текстов ответов, посвященных актуальным проблемам системы образования в регионе.

Исследование включает три последовательных этапа: на первом этапе тексты онлайн-ответов на обращения граждан рассмотрены в аспекте трех основных категориальных признаков, релевантных для официально-деловых речевых произведений, – темы, композиции и тональности; на втором этапе осуществлен сопоставительный анализ специфики выражения названных категорий в электронных и письменных ответах на обращения граждан; на третьем – охарактеризован новый эталон официальной коммуникации в условиях социальных сетей.

Следует подчеркнуть, что описание особенностей выражения в текстах основных типологических признаков позволило оценить культурно-речевое качество онлайн-ответов и сформулировать научно обоснованные рекомендации для представителей власти, отвечающих за работу с обращениями граждан в социальных сетях.

Библиографические ссылки

Матвеева Т. В. Функциональные стили в аспекте текстовых категорий. Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1990. 172 с.

Матвеева Т. В., Ширинкина М. А. Переписка граждан с исполнительной властью: коррелятивный текстовый анализ // *Quaestio Rossica*. 2020. Т. 8, № 1. С. 190–202.

Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления : Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ // КонсультантПлюс : сайт. URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=422007&dst=100001#hutAWXTPrJVkKjTn> (дата обращения: 01.03.2023).

Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. Москва : Флинта : Наука, 2003. 696 с.

АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ИТОГОВОГО СОЧИНЕНИЯ ПО ЛИТЕРАТУРЕ

Итоговое сочинение по литературе является обязательным испытанием для получения допуска к единому государственному экзамену (далее – ЕГЭ) по русскому языку. Введение процедуры написания итогового сочинения позволило со временем отказаться в развернутом ответе (сочинении) ЕГЭ от аргументации с привлечением материала художественных произведений, но при этом сохранить традиционную литературоцентрическую модель подготовки к выпускному экзамену.

Итоговое сочинение чаще всего рассматривается как инструмент диагностики качества читательской образованности и общей культурно-речевой подготовленности школьников. Однако по-прежнему остается недооцененным аксиологический потенциал предлагаемого выпускникам задания с учетом его содержательных особенностей: тематика и проблематика итогового сочинения напрямую связаны с духовно-нравственными аспектами современной образовательной парадигмы.

Написание текста сочинения выявляет не столько знание литературных произведений, сколько их аксиологическое преломление в восприятии пишущего. Выбирая для разработки одну из пяти предложенных тем, выпускник осмысляет литературный материал, демонстрируя ценностные установки и предпочтения. Таким образом, подготовка к написанию итогового сочинения и сам процесс создания текста в ходе экзаменационного испытания подчеркивают значимость чтения художественной литературы как процесса формирования «смысложизненных ориентаций» [Национальные базовые ценности ... , с. 23].

Банк заданий, разработанных Федеральным институтом педагогических измерений, включает в себя более полутора тысяч формулировок тем, представленных в виде утверждения (*Человек путешествующий: дорога в жизни человека*), вопроса (*В чем разница между смирением и покорностью?*) или цитаты (*Согласны ли Вы с французским писателем Альбером Камю, утверждавшим, что «каждому поколению свойственно считать себя призванным переделать мир»?*). Формулировки тем сочинений группируются по трем крупным разделам, задающим векторы аксиологического комментирования: 1) духовно-нравственные ориентиры в жизни человека; 2) семья, общество, Отечество в жизни человека; 3) природа и культура в жизни человека.

Каждый раздел конкретизируется через подразделы, которые выступают своеобразными аксиологическими доминантами (далее – АД); см., например, наполнение второго раздела: АД 1. *Семья, род; семейные ценности и традиции*; АД 2. *Человек и общество*; АД 3. *Родина, государство, гражданская позиция человека*. Аксиологические доминанты позволяют методически грамотно организовать процесс подготовки и сместить сюжетно-фабульное изучение художественных текстов в сторону их личностного осмысления. Сложно организованная структура банка заданий отражает когнитивную по своей природе модель аксиологической матрицы, которая впоследствии вербализуется в текстах итоговых сочинений выпускников и выявляет «осознание констант национальной культуры в контексте аксиологической реальности» [Купина, с. 238].

Библиографические ссылки

Купина Н. А. Прецедентный фонд русской культуры и языковая личность школьника // *Филологический класс*. 2021. Т. 26, № 4. С. 230–240.

Национальные базовые ценности и их динамика: результаты социолингвистического мониторинга / авторы-составители С. Ю. Данилов, Т. В. Ицкович, Н. А. Купина [и др.] ; отв. редактор И. Т. Вепрева. Екатеринбург : Ажур. 2015. 60 с.

СПЕЦИФИКА СЕЛЬСКОЙ КОРОНАВИРУСНОЙ РЕКЛАМЫ В КИТАЕ: АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В Китае разница между городскими и сельскими жителями заключается прежде всего в количестве образованных и культурных людей. Уровень экономического развития регионов не сбалансирован, что заставляет интеллектуалов работать и жить в развитых крупных городах. Социальная коронавирусная реклама, ориентируясь на недостаточно высокий культурный уровень сельских жителей, уходит от информационно-просветительской функции к функции эмоционально-воздействующей.

Во время эпидемии коронавируса в сельской местности используются простые, понятные и отчасти грубые плакатные слоганы, которые позволяют добиться хороших коммуникативных эффектов за короткий промежуток времени. Объект нашего исследования – социальная реклама о коронавирусе в Китае. Предмет исследования – слоганы в китайском сельском рекламном дискурсе. Материал для анализа – 50 рекламных китайских плакатов.

В ходе исследования мы разделили сельские плакатные слоганы на три группы.

Первая группа слоганов выражает ценности безопасности и здоровья, акцентируя внимание на угрозе нового типа коронавируса для жизни человека, а также призывает к коллективному осуждению отдельных лиц за неправомерные действия; см., например, слоганы: *今年上门, 明年上坟* (В этом году ходишь в гости, в будущем году посещают твою кладбище); *串门就是互相残杀, 聚会就是自寻短见* (Ходить по гостям – взаимная резня, собираться вместе – покончить с собой); *现在请吃的饭都是鸿门宴*

(*Сейчас кто угощает тебя – хунмэньский пир* (обр. пир со злым умыслом; пир-ловушка с целью убить приглашенного гостя) и т. д. Такие шок-лозунги ассоциируются со смертью, вызывают страх жителей сел, стимулируя их к противоэпидемическим действиям.

Вторая группа слоганов отражает важность семейных ценностей. Профилактика эпидемии и контроль над ней способствуют укреплению семьи, усилению семейной привязанности; см., например, слоганы: *传染爹娘, 丧尽天良* (Заразить родителей коронавирусом совершенно потерять совесть); *带病回村, 不肖子孙* (Больным вернуться в деревню – непутевые наследники); *防护不到位, 亲人两行泪* (Защита не до нужного уровня – это слезы родных) и т. д. Реклама помогает повышению уровня осведомленности сельских жителей о необходимом поведении в семейном кругу во время эпидемии.

Третья группа слоганов демонстрирует патриотические и коллективистские ценности; см., например, слоганы: *不出门, 不添乱, 我为国家做贡献* (Не выходя из дома, не причиняя беспокойства, я тоже вношу свой вклад в общее дело); *我宅家, 我骄傲, 我为国家省口罩* (Я остаюсь дома, я горжусь, я экономлю маски для страны); *面对疫情别添乱, 在家也能做贡献* (Перед лицом эпидемии не причиняй беспокойства, ты также можешь внести свой вклад дома) и т. д. Такие слоганы конструируют позитивное поведение каждого гражданина, защищающего интересы страны и приносящего ей пользу.

Резюмируя сказанное, отметим, что реклама первой и второй групп носит эпатажный и агрессивный характер, выполняя роль «шоковой терапии». Прямое обращение к теме смерти подчеркивает опасность эпидемии и важность профилактики коронавирусной инфекции. Жесткий стиль слоганов напрямую обращен к эмоциональной стороне психики адресата. В то же время социальная реклама не уходит от пропаганды традиционных семейных ценностей и ценностей коллективной ответственности перед государством.

ЛОКУСЫ МУСОРА КАК ПОНЯТИЙНАЯ БАЗА ДЛЯ СОЗДАНИЯ НЕГАТИВНОЙ МЕТАФОРИЧНОСТИ В СФЕРЕ ПОЛИТИКИ

С древних времен люди искали место для мусора – «отбросов, сора» [ТСРЯ, с. 694], и отношение к мусору всегда было негативным. С самого начала проблема мусора была связана с городской цивилизацией, и до сих пор мусорный кризис остается в повестке дня. Локусы сбора мусорных отходов связаны с социальными контурами правил очищения, формулируемыми обществом, с социализацией гигиенических предписаний.

При метафорическом использовании пунктов сбора мусора в сфере политического дискурса сохраняются те негативные коннотации, которые были связаны с отбросами. «Место, куда выбрасывался сор, понималось как обязательно “грязное” – изначально (что, собственно, и делало возможным выбрасывать на него мусор...)» [Кушкова, с. 167].

Грязь мусорных мест, метафорически перенесенная в мир политической деятельности, создает в целом негативный ее образ, усиленный образом грязи моральной. Метафорическая маркированность пространственной ориентации мусора организована с опорой на сложившиеся в языке номинации, обозначающие локусы мусора, – *помойка, свалка, сток, клоака*. Рассмотрим метафорическое употребление этих лексем.

Толкование лексемы *помойка* – ‘место для выбрасывания мусора, для выливания помоев’ [ТСРЯ, с. 694]. См. метафорическое употребление данного локуса: *Примазаться к «Единой России» уже поздно. В партию власти таких не возьмут. Пойти в ЛДПР –*

клоунаде не обучены. Остается «Справедливая Россия». Этакая политическая помойка (Светлогорье, 2010, 16 сент.).

Толкование лексемы *свалка* – ‘место, куда выбрасывают, сваливают что-н.’ [ТСРЯ, с. 858]. См.: *Вы посмотрите, каким мусором, который уже перегнил на политической свалке, заполняется окружающее вас политическое пространство* (Советская Россия, 2010, 2 сент.).

Толкование лексемы *сток* – ‘место, приспособление, по к-рому стекает жидкость’ [ТСРЯ, с. 945]. См. метафорическое употребление данного локуса: *Все равно на фоне этой пошлятины всетелевизионное политическое «сток-шоу» оказалось самым серым и самым пошлым* (Новые Известия, 2002, 15 окт.).

Одно из толкований лексемы *клоака* – ‘...подземный канал для стока нечистот’ [ТСРЯ, с. 340]. См. метафорическое употребление данного локуса: *Мы должны объединить сегодня все политические силы в обществе для того, чтобы наша область была бы очень привлекательной для инвесторов, для администрации президента, для нашего правительства федерального. И пусть у нас будет не политическая клоака, а общество пусть не единомышленников, а умных оппонентов* (Вечерняя Рязань, 2005, 4 авг.).

Таким образом, локусы мусора, метафорически используемые в политическом дискурсе, эксплицируют концентрированное выражение неполноценности политических акторов: политиков, партий, СМИ, не способных к общественно значимой политической деятельности.

Библиографические ссылки

Кушкова А. Н. Семантические заметки о соре в народных представлениях и обрядах славян // Отечественные записки. 2007. № 35 (2). С. 163–177.

ТСРЯ – Толковый словарь русского языка с включением сведений о происхождении слов / отв. ред. Н. Ю. Шведова. Москва : Азбуковник, 2008. 1164 с.

СЛОВО *БОДИПОЗИТИВ* В МЕТАЯЗЫКОВОМ ОЦЕНОЧНОМ ИЗМЕРЕНИИ

Слово *бодипозитив* фиксируется в российских средствах массовой информации с 2014 г. Данная лексическая единица, заимствованная из английского языка, используется в современном русском языке в значении 'социальное движение, отвергающее стандарты красоты, пропагандирующее положительное отношение к своему телу вне зависимости от его особенностей, а также к внешнему виду вообще, призывающее к свободе самовыражения и принятию любого внешнего вида других людей' [Леонтьева, Щетинина, с. 80].

Заимствованные слова нередко побуждают журналистов к формулированию рефлексивов, то есть «метаязыковых комментариев по поводу употребления актуальной лексической единицы» [Вспрева, с. 76]. В подобных высказываниях прослеживаются несколько векторов языковой оценки.

Первый вектор – динамический, отражающий оценочное представление о языковой единице на временной шкале: *Для неудачников надо тоже придумать новое модное слово типа как «бодипозитив» вместо «толстого» или не надо* (Время и деньги (Казань). 2022. 9 янв.). *Как вы относитесь к модным нынче моделям-пышкам, или, как модно сейчас говорить, бодипозитиву?* (Ставропольские губернские ведомости. 2019. 30 янв.). Слово-сочетания *новое модное слово* и *как модно сейчас говорить* подчеркивают актуальность слова *бодипозитив*, его способность отразить социально востребованное понятие. Контекстуальный анализ показывает эвфемистический потенциал единицы, которая осознается как адекватная замена старым словам.

Второй вектор – кснноразличительный, отражающий оценочное отношение к чужому, заимствованному слову: *Да, большинство девушек тут выглядят классически модельно, но есть и, так скажем, оверсайз, бодипозитив. Ни одно западное слово не в состоянии досконально описать широту русской души, для которой некрасивых эстетичности не бывает* (Российская газета – Московский выпуск. 2022. 22 июня). Замечание об иностранном происхождении слова может быть истолковано как ироническое. Противопоставление *широкая русская душа – оверсайз, бодипозитив* указывает на традиционное противопоставление тела и души и на невозможность с точностью использовать западную терминологию для описания женской красоты.

Третий вектор – эстетический, отражающий оценку формы слова: *Человек слаб и всегда ищет себе оправдания, скрывая за ширмой красивых слов свои недостатки, лень и слабость. Один из них – неумение обуздать свой аппетит и нежелание ходить в спортзал – прикрывают красивым словом «бодипозитив»* (Комсомольская правда. 2018. 29 сент.). Оценочное слово *красивый* в данных контекстах приобретает негативный смысл благодаря развернутой метафоре ширмы, которая используется обычно для прикрытия чего-нибудь неблагоприятного.

Четвертый вектор – эмоционально-экспрессивный, отражающий часто негативное субъективно-оценочное мнение о слове: *Наверное, у большинства критиков в Интернете аллергия на слово «бодипозитив», сопровождаемая неконтролируемым всплеском агрессии, потому что по-другому я объяснить подобное поведение не могу* (Слово Ныкас (Владикавказ). 2018. 12 июля).

Проведенный анализ метаязыковых высказываний со словом *бодипозитив* показывает актуализацию следующих оценочных смыслов: лексическая единица описывается как новая, чужая для носителя русского языка, модная на данное время, эстетически привлекательная, но раздражающая и не применимая к описанию красоты русских женщин.

Библиографические ссылки

Вепрева И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. 380 с.

Леонтьева Т. В., Щетинина А. В. Словарь актуальной лексики единения и вражды в русском языке начала XXI века. Екатеринбург : Ажур, 2021. 423 с.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Алексеева Алина Алексеевна – кандидат филологических наук, старший преподаватель, Новосибирский государственный университет (Новосибирск, Россия); alina.alexeeva@gmail.com

Амиров Валерий Михайлович – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры периодической печати, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); Vestnik-va@mail.ru

Баженова Елена Александровна – доктор филологических наук, доцент, Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия); bazhenova_e2000@mail.ru

Бекназар-Юзбашева Виктория Арменовна – студентка, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); victory.yuzbz@gmail.com

Бердникова Виктория Алексеевна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); viktiriya2015@yandex.ru

Берри Марина – преподаватель, Университет Буэнос-Айреса (Буэнос-Айрес, Аргентина); marinaberri@gmail.com

Бобырева Екатерина Валерьевна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры английской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет (Волгоград, Россия); new_life@mail.ru

Бондарева Людмила Михайловна – доктор филологических наук, доцент, профессор образовательно-научного кластера «Институт образования и гуманитарных наук», Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (Калининград, Россия); bondareva.koenig@mail.ru

Бортников Владислав Игоревич – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); octahedron31079@mail.ru

Ван Лань – аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); wlan2016@163.com

Ван Пэнвэй – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); 642217857@qq.com

Ван Чжихао – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); 2361642241@qq.com

Васильченко Мария Александровна – кандидат филологических наук, преподаватель кафедры стилистики русского языка, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия); maria.a.vasilchenko@gmail.com

Вепрева Ирина Трофимовна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); irina_vepreva@mail.ru

Волков Николай Дмитриевич – аспирант, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия); volkov.vnd@gmail.com

Волкова Юлия Сергеевна – соискатель, кафедра журналистики и массовых коммуникаций, Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия); yu.wlkw@gmail.com

Вьюгова Дарья Владимировна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); v.mudraia2011@yandex.ru

Габова Ирина Юрьевна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); irisha.krabova@mail.ru

Герман Елена Ивановна – старший преподаватель, Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия); elena.hazanzy@mail.ru

Голуб Анна Александровна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры иностранных языков, Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина (Краснодар, Россия); anna_golub@internet.ru

Гордеева Анна Александровна – студентка, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); anna.gord17@mail.ru

Данилевская Наталия Васильевна – доктор филологических наук, доцент, зав. кафедрой русского языка и стилистики, Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия); danil6@mail.ru

Данилов Сергей Юрьевич – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); sedanilov@yandex.ru

Дегальцева Анна Владимировна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского (Саратов, Россия); dcganna@mail.ru

Завельская Дарья Александровна – кандидат филологических наук, доцент, Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина (Москва, Россия); daralzav@gmail.com

Зырянов Олег Васильевич – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русской и зарубежной литературы, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); o.v.zyriyanov@urfu.ru

Ильина Ольга Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка и стилистики, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); olga.ilina@urfu.ru

Ицкович Татьяна Викторовна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); taniz0702@mail.ru

Иегни Хапан – аспирант, Волгоградский государственный социально-педагогический университет (Волгоград, Россия); ilenagabriel.ig@gmail.com

Карнова Татьяна Борисовна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка и стилистики, Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия); tatyana_2000@mail.ru

Касперова Лариса Тазгетовна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры стилистики русского языка, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия); latael@mail.ru

Келер Анна Ивановна – ассистент кафедры русского языка и стилистики департамента «Факультет журналистики», Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); ranna94@mail.ru

Киселев Евгений Иванович – преподаватель кафедры иностранных языков и деловой коммуникации, Уральский государственный горный университет (Екатеринбург, Россия); joan-black@yandex.ru

Колчин Денис Сергеевич – корреспондент, Информационное агентство «Интерфакс-Урал» (Екатеринбург, Россия); krusaider84@mail.ru

Кузнецова Юлия Михайловна – кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» Российской академии наук (ФИЦ ИУ РАН) (Москва, Россия); kuzjum@yandex.ru

Кун Вэйкань – аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); weikan@mail.ru

Кун Дэжу – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); 2556298948@qq.com

Купина Наталья Александровна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); natalia_kupina@mail.ru

Кутенева Татьяна Александровна – кандидат филологических наук, доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); Shadrina_tatyana@mail.ru

Ло Ди – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); Luodi574@gmail.com

Лян Юань – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); 1750984482@qq.com

Мельникова Анастасия Васильевна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); melnikowanastasia@gmail.com

Милёхина Татьяна Алексеевна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского (Саратов, Россия); tmilehina@yandex.ru

Михайлова Ольга Алексеевна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); oamih@yandex.ru

Михайлова Юлия Николаевна – кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой русского языка для иностранных учащихся, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); jmikailova@yandex.ru

Мишланов Валерий Александрович – доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Пермский государственный национальный университет (Пермь, Россия); vmishlanov@yandex.ru

Николина Наталья Николаевна – старший преподаватель кафедры германской филологии, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); nickolyasya@yandex.ru

Ноздрин Юрий Андреевич – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); nozdrinyouan@gmail.com

Оганесян Анна Оганесовна – старший преподаватель кафедры романской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет (Волгоград, Россия); oganesyananna1994@mail.ru

Пашков Сергей Михайлович – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры гуманитарного образования и педагогических технологий, Российский государственный педагогический университет имени А. И. Герцена (Волховский филиал); s.p.n1980@mail.ru

Пикулева Юлия Борисовна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); pik@bk.ru

Плотникова Анна Михайловна – доктор филологических наук, профессор, директор департамента «Филологический факультет», профессор кафедры фундаментальной и прикладной лингвистики, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); anpamp@yandex.ru

Потемкина Ольга Авеловна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); olga.potemkina.71@mail.ru

Пращерук Наталья Викторовна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русской и зарубежной литературы, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); pnv1108@gmail.com

Прончатова Анастасия Владимировна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); Nasti.rock@gmail.com

Просвирина Ирина Сергеевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); prosvirinip@yandex.ru

Романенко Андрей Петрович – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории, истории языка и прикладной лингвистики, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского (Саратов, Россия); a.p.romanenko93@mail.ru

Рыкова Варвара Владиславовна – студентка, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); varyarykd@gmail.com

Рябух Арина Владимировна – ассистент кафедры английской филологии, Волгоградский государственный социально-педагогический университет (Волгоград, Россия); ryabukh.98@mail.ru

Салимовский Владимир Александрович – доктор филологических наук, профессор кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия); Salimovsky@rambler.ru

Санджи-Гаряева Зоя Санджиевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского (Саратов, Россия); Sandji93@mail.ru

Се Сюэин – студентка, Гуансийский научно-технологический университет (Люджоу, Китай); 1489464495@qq.com

Северин Михаил Леонидович – соискатель, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия), клирик Александро-Невского Ново-Тихвинского женского монастыря (Екатеринбург, Россия); michelorthodox@gmail.com

Северская Ольга Игоревна – кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник, Институт русского языка имени В. В. Виноградова РАН (Москва, Россия); oseverskaya@mail.ru

Сибринина Полина Антоновна – студентка, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); psibrinina@gmail.com

Смирнова Надежда Владимировна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры стилистики русского языка, факультет журналистики, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия); smirnovanv@yandex.ru

Снигирева Татьяна Александровна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русской и зарубежной литературы, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); tas0905@rambler.ru

Соболева Елена Григорьевна – кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка для иностранных учащихся, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); egsobol@yandex.ru

Соболева Лариса Степановна – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры русской и зарубежной литературы, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); l.s.soboleva@mail.ru

Соколова Алина Юрьевна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); alina-sokolowa@mail.ru

Ставицкая Софья Сергеевна – ассистент кафедры издательского дела, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); stavitsofi@mail.ru

Федюкина Елена Владимировна – кандидат культурологии, доцент кафедры общей и славянской филологии, Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина (Институт славянской культуры) (Москва, Россия); ladperczvon@gmail.com

Харитоновна Анастасия Владимировна – ассистент кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); ave.anastasiaa@yandex.ru

Харченко Анастасия Евгеньевна – студентка, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); harchenkoanastasia3103@gmail.com

Хафизова Юлия Айдаровна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); Yhafizova2000@mail.ru

Цзя Пенлин – преподаватель, зав. кафедрой русского языка и литературы, Гуансийский научно-технологический университет (Люджоу, Китай); penlin1992@mail.ru

Цуй Вэньжуй – аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); 912172383@qq.com

Чжан Сюэфэй – аспирантка, Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия); 1311897238@qq.com

Чжао Цзин – аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); zj2312052258@163.com

Чудова Наталья Владимировна – кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» Российской академии наук (ФИЦ ИУ РАН) (Москва, Россия); nchudova@gmail.com

Чусовитина Кристина Евгеньевна – студентка, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); kristina1234567818@gmail.com

Шалина Ирина Владимировна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка, общего языкознания и речевой коммуникации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); irina_shalina@mail.ru

Шелестюк Елена Владимировна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теоретического и прикладного языкознания, Челябинский государственный университет (Челябинск, Россия); shelestiuk@yandex.ru

Ширинкина Мария Андреевна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры русского языка и стилистики, Пермский государственный национальный исследовательский университет (Пермь, Россия); m555a@yandex.ru

Юшкова Наталья Анатольевна – кандидат филологических наук, доцент, зав. кафедрой русского, иностранных языков и культуры речи, Уральский государственный юридический университет имени В. Ф. Яковлева (Екатеринбург, Россия); yushkova-n@yandex.ru

Ян Чжибин – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); 9696410@qq.com

Яо Цзясюй – аспирант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); 1335128011@mail.ru

Яргина Дария Сергеевна – магистрант, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (Екатеринбург, Россия); dariayargina@yandex.ru

Научное издание

АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ
СОВРЕМЕННЫХ
ФИЛОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Тезисы докладов
Международной научной конференции
(Екатеринбург, 25–26 апреля 2023 года)

Ответственный за выпуск *Н. А. Юдина*
Редактор *Е. И. Маркина*
Корректор *Е. И. Маркина*
Компьютерная верстка *Г. Б. Головина*

*Электронное сетевое издание
размещено в архиве УрФУ
<http://elar.urfu.ru>*

Подписано 00.00.2023. Формат 60/84/16.

Уч.-изд. л. 10.1. Объем данных 5,64 Мб.

Гарнитура Times.

Издательство Уральского университета
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4

Тел.: 17 (343) 358-93-06, 350-90-13, 358-93-22, 350-58-20

Факс +7 (343) 358-93-06

E-mail: press-urfu@mail.ru

<http://print.urfu.ru>